

MARKO FLORENTINO

SEPTIEMBRE 2014

T F M M U R A L E S

MADRID ESPAÑA

-1

TRABAJO DE FIN DE MÁSTER



Universidad Complutense de Madrid

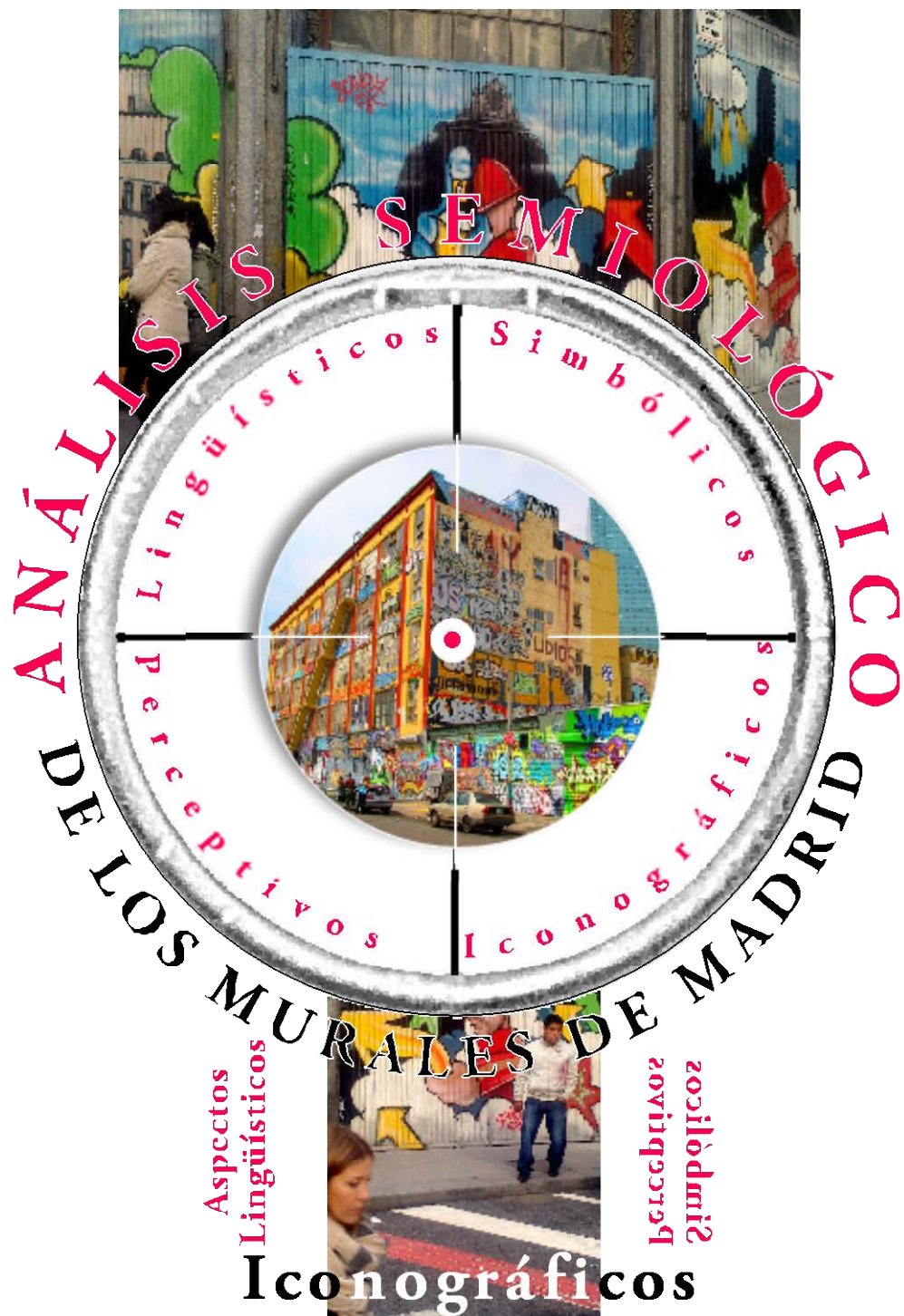
MÁSTER UNIVERSITARIO
EN INVESTIGACIÓN
PERIODISMO
DISCURSO Y COMUNICACIÓN

ANÁLISIS SEMIOLÓGICO **DE LOS MURALES DE MADRID:** Aspectos Lingüísticos, Simbólicos, Perceptivos e Iconográficos

MARCOS FLORENTINO SÁNCHEZ

TUTOR DRA. TERESA ROBRÍGUEZ RAMALLE

Septiembre 2014 Madrid España



ÍNDICE DE CONTENIDOS:...3

1- INTRODUCCIÓN.....	3
1.1- Presentación.....	7
1.2- Objetivos.....	11
1.3- Justificación.....	12
1.4- Planteamiento de la Hipótesis.....	14
1.4.1- La sociología del mural en Madrid más allá del Arte.....	18
1.5- Metodología.....	18
1.5.1 Métodos.....	19
1.5.2 Técnicas.....	19
1.6- Estructura del trabajo.....	20
1.7- Mural Conceptos-Técnicas-Antecedentes...	21

2- MARCO TEÓRICO.....	30
2.1 Algunos murales en Madrid proyectan poderosos signos y simbologías gráficas y conceptuales.....	30
 3- DESARROLLO DEL ANÁLISIS.....	38
3.0-ANÁLISIS DEL ENTORNO, CONTENIDOS CONCEPTUALES Y VISUALES DE LOS MURALES IDENTIFICADOS EN MADRID	
3.1- La semiología social del mural en Madrid.....	38
3.2- Variedad lingüística de las imágenes en los murales de Madrid.....	52
3.3- El muralismo en Madrid como herramienta persuasiva de la religión y como expresión de disidencia y rebelión social a través del Color y las Imágenes.....	62
3.4- Génesis patológica en los murales de Madrid.....	69
3.5- Modus vivendi y formación profesional de los Muralistas madrileños.....	78
3.6 - Lenguaje gráfico de los murales de Madrid, su estética y temática social.....	79

4- CONCLUSIONES.....106

4.1- Identificación de los Murales.....106

4.2- El análisis semiológico de su estructura semiótica.....112

4.3- Su lenguaje visual y niveles de lenguas.....112

4.4- El estudio de las imágenes.....113

4.5- Modus vivendum y formación de los muralista.....113

4.6- La percepción del espectador.....114

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS Y RECURSOS

ELECTRÓNICOS.....115

ANEXOS MURALES.....118

1.1- Murales Religiosos.....119

1.2- Murales de Contenido Social.....124

1.3- Murales Publicitarios.....127

1.4- Murales Infantiles.....130

1.5- Murales Decorativos.....133

1.6- Murales Antiguos.....135

1.7- Otros Murales.....137

1.8- Grafitis.....139

AGRADECIMIENTOS.....142

INTRODUCCIÓN:

1.1-Presentación

En la gran metrópolis de Madrid hay espacios que han sido tomados por diferentes artistas para expresar su sentir social a través del pincel y la pintura. Estos artistas plasman sus creaciones en murales religiosos, informativos, publicitarios, de expresión social, culturales y educativos, espontáneos o sin ninguna temática específica. Sea cual sea el interés que mueve al artista para exponer sus creaciones, están ahí y forman parte del patrimonio artístico de Madrid.

Esos murales representan el sentir individual de sus creadores, definen un estilo de vida y la expresión grupal de un segmento de los habitantes de la ciudad. Asimismo, promueven productos, bienes y servicios de toda índole para ofertarlos con estética y funcionalismo a un público determinado.

Muchos de estos murales no pasan desapercibidos, pues su gran contenido visual, con sus gamas cromáticas, invita a los transeúntes a observar la composición y estructura que lo conforman. Por ello es de gran importancia analizar con la mayor objetividad posible todo lo relativo a esta expresión del arte en Madrid, escudriñando el porqué de esta manifestación artística que seduce con su colorido e inspira a los espectadores a involucrarse en estas creaciones de la plástica contemporánea, ya que casi siempre su contenido visual va más allá de lo que la imaginación puede proyectar y de lo que la vista puede observar.

Estos murales hablan, cuentan historias e invitan a los espectadores a formar parte de los deseos ocultos de sus creadores y a rememorar situaciones olvidadas o ignoradas por la sociedad. Los murales de Madrid introducen en su contenido el lenguaje popular sencillo y cotidiano, pero al mismo tiempo contiene expresiones iconográficas insertadas a propósito en líneas ocultas. Es precisamente esa realidad el objeto de estudio de esta tesis final, con la cual se pretende interpretar el conjunto de símbolos y signos utilizados por los artistas en su proceso creativo, al tiempo de descubrir los mensajes que se transmiten o quieren transmitir a través la policromía o monocromía de sus obras de arte.

También se busca conocer la percepción de los transeúntes con respecto a los murales de calles, iglesias, museos y parques. Algunos podrían calificarlos como una expresión vandálica y rebelde de jóvenes disidentes al sistema, pero que en ocasiones el espectador lo percibe como la forma decorativa que complementa el vacío de los espacios. En el caso de los murales religiosos, estos son motivo para renovar la fe, para temer y amar a líderes y entidades espirituales. Lo que el espectador percibe de las intervenciones hechas a las paredes y los espacios públicos, es nuestra tarea descubrirlo y para ello cuestionaremos al transeúnte que los observa o que simplemente los ignora por desinterés.

El arte urbano está presente en todas las sociedades postmodernas como manifestación artística de la industria cultural o fruto de la espontaneidad e inmediatez representada por artistas de formación cultural común, con niveles sociales y culturales medios y bajos. Estos hacen uso de ese tipo de recurso pictórico para expresar sus divergencias con el sistema a través de murales improvisados y grafitis de todo tipo, o simplemente para exhibir su

talento a través del colorido propio de estos tiempos. Muchos de esos murales lucen bastantes agradables, pues con la práctica los muralistas han alcanzado un perfeccionamiento aceptable, aunque en su mayoría hacen uso del embadurnamiento de matices y aplicaciones cromáticas exageradas en paredes y callejones de la urbe. Por otro lado, están los que hacen de esta expresión un oficio o *modus vivendi*, con un nivel formativo superior a los anteriores, pues su rol es embellecer, adornar e informar, procediendo a intervenir espacios para lograr entornos agradables a la vista de los transeúntes.

Muchos de los murales de Madrid poseen significados que van más allá de lo que se observa a simple vista, pues algunos de estos son expresión de la actitud egocéntrica de los artistas, quienes denuncian o informan con espontaneidad sobre un acontecimiento pasado, presente o futuro. No existe un patrón reglamentario que delimite o trace pautas a los expositores de esta manifestación artística. Sin embargo, no es lo mismo que un artista del pincel intervenga un espacio para expresar e informar sobre hechos relevantes desde su punto de vista, a que este mismo artista sea contratado para realizar un trabajo de propaganda publicitaria. No es igual que un desorientado social delimite su territorio, haciendo uso de la pintura en espray para delimitar fronteras vandálicas, ensuciando paredes, a que este mismo personaje introduzca elementos decorativos en su arte, logrando cierto nivel estético en la combinación cromática. Mas el muralista de profesión puede introducir a su trabajo la aplicación de simetría en composiciones equilibradas, logrando niveles estéticos calificados y bien

aceptados por el espectador, aun siendo un trabajo de contenido social o un encargo para promover productos, bienes y servicios.

Cualquiera que sea el objetivo de estos artistas, muchos de los murales callejeros no pasan desapercibidos por los ciudadanos, ya sea por las molestias que causa el ruido visual de los colores o por la estética con que plasman las imágenes que componen esta expresión.

El propósito central de esta investigación es descubrir todos los elementos implicados en la realización de un mural, su discurso visual, el conjunto iconográfico traducido en las imágenes que lo componen y al mismo tiempo cómo son percibidos por los espectadores.

1.2 OBJETIVOS

La presente investigación se plantea dar respuesta a los siguientes objetivos:

- 1- Identificar la mayor cantidad posible de murales realizados en la ciudad de Madrid para tomarlos como referentes de la presente investigación.
- 2- Realizar un análisis semiológico a los murales de la ciudad de Madrid para conocer su estructura semiótica.
- 3- Interpretar el lenguaje visual y los niveles lingüísticos en que los murales de Madrid comunican su discurso, a través de espacios, imágenes y colores.
- 4- Realizar un estudio profundo de las imágenes que componen los murales de Madrid para descubrir su significado oculto.
- 5- Descubrir el *modus vivendi*, formación académica y estilo de vida de los muralistas que exponen sus trabajos en Madrid, para identificar sus propósitos y e intenciones con la exhibición de su arte.
- 5- Analizar el modo en que el espectador percibe los murales expuestos en Madrid, para conocer sus opiniones sobre estas expresiones artísticas.

1.3 JUSTIFICACIÓN:

Tomando en cuenta el auge e importancia que representan los murales como industria cultural, los niveles de estética con que son realizados en Madrid, sumando sus valores agregados en cuanto a su papel informativo, recreativo, educativo, su aceptación e influencia en el arte religioso y de complemento estético en las paredes de calles, avenidas e iglesias, es necesario realizar un análisis que saque a la luz todos los pormenores de esta manifestación poco común en las artes plásticas.

Para entender el lenguaje visual de un mural es necesario investigar lo que dicen los teóricos en la materia. Es por ello que hemos analizado el contenido de las ponencias de varios expertos en la materia para conocer la expresión transmisora de sus mensajes definidos e indefinidos. De igual manera, se pretende examinar el conjunto iconográfico de sus composiciones para arrojar luz sobre los murales más allá de su simple visibilidad plasmada en espacios públicos, iglesias, escuelas, etc.

El mural, como canal trasmisor de las protestas sociales lleva consigo la inserción de imágenes que invitan al espectador a formar parte de la disidencia mediática como alternativa informativa de lo que los demás no quieren o no se atreven a comunicar. De ahí que, al adentrarnos en las concepciones teóricamente demostradas por *Rudolf Arnheim* y su

planteamiento sobre el **pensamiento visual**, serán parte de nuestro referente para demostrar que muchos de los murales realizados en Madrid no son simples producciones pictóricas.

El espectador tiene derecho a conocer los mensajes subliminales insertados en las imágenes que componen los murales (*si las hubiera*). Es por esa razón que se pretende definir el poder que ejercen estas imágenes y sus influencias en la toma de decisiones para el uso y consumo de productos, bienes y servicios, además de su valor estético desde el punto de vista artístico. Muchos de los Murales que adornan el entorno del centro de Madrid pasan desapercibidos, no por su poco valor artístico, sino porque el espectador los confunde a veces con los típicos grafitis, que aun siendo artísticos, tienen el rechazo de gran parte de la ciudadanía, ya que perceptivamente la mayoría ocupan un lugar negativo en la mente del espectador.

Con esta investigación se darán a conocer todos los por menores de sus exponentes, sus temáticas, técnicas, materiales, clasificaciones y los principales lugares donde se exponen. Al ser estos en muchos casos una expresión artística de la protesta espontanea y la marginalidad, sus realizadores no siempre gozan del agrado de las autoridades municipales y como industria cultural daremos a conocer los costos financieros del mismo en esta investigación. También se analizará la percepción del espectador en relación con el valor artístico y el significado conceptual de estas expresiones pictóricas, así como los factores que mueven al artista a realizar estos trabajos.

1.4 HIPÓTESIS

1.4.1 La Sociología del Mural en Madrid va más allá del Arte

Al identificar los principales murales expuestos en Madrid, nos hemos dado cuenta de que no se trata de una simple aplicación de materiales al amparo de diferentes técnicas pictóricas para embellecer espacios vacíos que adornar y llenar de colorido los lugares intervenidos. De lo que se trata es de la expresión social de los artistas, quienes usan como pretexto sus conocimientos artísticos para decirle al transeúnte u observador cómo debe ser la sociedad desde su egocéntrico y muy particular punto vista. Las exposiciones de este arte singular comunican mensajes desde varias vertientes.

No es lo mismo una pintura en la Real Parroquia de Ginés de Madrid (*Se trata de La expulsión de los mercaderes del templo, también conocido como La purificación del templo, considerado como uno de los mejores trabajos de El Greco. imagen 1-A*), cuyas poderosas imágenes cautivan la fe de los feligreses; a ver un mural que interviene una pared en el barrio Tatúan de la misma ciudad (*imagen 1-B, realizado por el muralista Borondo*). Si bien es cierto que ambos trabajos fueron realizados por artistas con vastos conocimientos en la aplicación de las artes plásticas, no es menos cierto que la conciencia creativa que tienen ambos para comunicar está efectivamente dirigida a segmentos diferentes.

Todos los murales que hemos identificado en Madrid fueron intencionalmente estructurados y compuestos por los artistas para describir una situación particular en un momento determinado que afecta o beneficia el entorno social en el que han sido pintados. Además, están cargados con los sentimientos y las emociones de sus creadores.

Imagen 1-A





El cientista social **Jean Duvignaud**⁽¹⁾, sitúa la obra de arte como la expresión del individuo que produce arte para identificarse con situaciones vividas en el entorno en que se desenvuelve y promulga un enunciado acorde con lo que hemos manifestado con respecto a los muralistas madrileños, citamos:

“Dado que una obra de arte se sitúa a la vez en relación con las intencionalidades de una época, de un grupo, un individuo o dentro de los géneros de sociedades que presuponen una experiencia cada vez diferente en cuanto a las relaciones humanas, los sentimientos y las emociones, es necesario pues, para medir el arraigo de la creación imaginaria, definir doblemente a la misma en función de las posturas artísticas coincidentes o implícitas y en relación con la función que el arte asume dentro de un tipo particular de sociedad”.

Lo antes expuesto permite entender que arte y sociedad son dos piezas de la misma partida de un juego de ajedrez, en el que los jugadores planifican su mejor golpe para hacer jaque mate, no sólo a su contrincante, sino también para impresionar a los que observan la partida.

(1).- **Jean Duvignaud**, escritor, sociólogo y antropólogo francés. Profesor de la Universidad de Túnez, la de Tours y en la de París VIII. Fue fundador de varias revistas entre las que destaca, “Cause commune” de 1972. Escribió el célebre libro “Sociología del Arte” en el que desglosa los principales ejes sociales que intervienen en la creación artística.

1.5 METODOLOGÍA:

15.1 Métodos de Investigación

Para la realización de este trabajo hemos utilizado varios métodos. El primer método utilizado es el **método deductivo**, el cual a partir de las diferentes fuentes documentales consultadas, nos permitió tomar como referencia los conocimientos adquiridos sobre esta materia para luego pasar al análisis concreto de todo lo relacionado con los signos, los símbolos, las imágenes, las teorías del color, así como los referentes de artistas y muralistas connotados.

El segundo método utilizado fue el **método inductivo**, ya que nos permitió partir de la realidad concreta expresada en las imágenes fotográficas de los murales más sobresalientes y con mayor visibilidad en el entorno de la ciudad de Madrid, para luego derivar análisis e interpretaciones sobre el contenido social, el sentido semiológico, lingüístico e iconográfico que llevan implícitas esas expresiones artísticas.

En esta investigación se han tomado en cuenta los **métodos de análisis y síntesis**, como parte de la dinámica que permite descomponer el todo en sus partes para adquirir un conocimiento amplio del fenómeno, al tiempo que se hace imprescindible restaurar el todo en una síntesis abarcadora y nueva, que le da nueva significación al objeto estudiado.

15.2 Técnicas de Investigación

En esta investigación se han implementado un conjunto de técnicas que han permitido un conocimiento más a fondo del objeto de estudio. La más importante de todas es **la observación**, mediante la cual el sustentante pudo visualizar las diferentes características de los murales que engalanan a la ciudad de Madrid, hasta captarlo a través de la lente de la cámara fotográfica, que le permitió adquirir una impresión casi exacta de la realidad. Otra técnica importante ha sido **la entrevista** a los transeúntes, quienes consumen de manera inconsulta el producto final en sitios públicos, privados, iglesias o cualquier lugar donde se encuentran los llamativos murales, para conocer su parecer sobre estas expresiones artísticas y sus mensajes. De igual manera, se han utilizado **las entrevistas con informantes claves**, mediante las cuales se entró en contacto con los creadores de los murales que adornan o embadurnan la ciudad de Madrid, lo que ha permitido conocer la forma de vida de estos personajes, las motivaciones que tuvieron para crear sus obras de arte y el contenido que intentan plasmar en las mismas. En general, se podría afirmar que la metodología utilizada fue un mix que recicla varios métodos de investigación para obtener datos con la mayor confiabilidad y credibilidad posibles. El registro de las imágenes cuenta con un mapa cronológico, que va desde los primeros murales (existentes) que se exponen en Madrid centro, hasta los más recientes a la hora presentar nuestra investigación. Creemos importante señalar que, al margen de la metodología empleada, esta investigación recoge datos inéditos que aportan informaciones sobre el *modus vivendi* y el estilo de vida de los exponentes y realizadores de los murales de Madrid.

1.6 Estructura del trabajo:

La investigación está conformada por cuatro capítulos que van desde una panorámica general descriptiva de los murales que se han identificado en todos los espacios recorridos en el centro de Madrid, hasta la interpretación analítica en los órdenes perceptivo, semiológico, lingüístico e iconográfico. Tiene una portada elaborada a partir de los conceptos del diseño gráfico simple y comunicativo.

El primer capítulo contiene el orden clásico establecido por la academia para la presentación del mismo, en el que se describen la presentación con todas sus subdivisiones.

En el segundo capítulo se plantea la teoría de la proyección e incidencia que reflejan los murales expuestos en las iglesias, parques y cualquier otro espacio dentro de la gran urbe. También se definen los conceptos y las técnicas que han aplicado y aplican para la realización de ese tipo de arte. De igual manera, contiene una reseña histórica que va desde los murales primitivos, los de la Edad Media y la época contemporánea.

En el tercer capítulo se hace un estudio pormenorizado de todos los aspectos contenidos en los diferentes murales esparcidos por los diferentes lugares de la ciudad de Madrid, donde se analizan desde múltiples perspectivas, entre las que sobresalen el análisis semiológico, el análisis lingüístico, el análisis perceptivo y el análisis iconográfico, tomando como referencia las diversas teorías enunciadas sobre cada aspecto.

En el cuatro capítulo se arriban a un conjunto de conclusiones, que están en relación directa con cada uno de los objetivos enunciados al inicio de la presente investigación, y donde se demuestra paso a paso que los mismos se han cumplido satisfactoriamente.

En los anexos se insertan más de sesenta fotografías, las cuales contienen una memoria descriptiva del día y lugar en que se tomaron. También se describe (en la mayoría de los casos) su autor. Finalmente, se incluyen todas las referencias bibliográficas y los recursos electrónicos que sirvieron de soporte académico para demostrar que el análisis realizado fue reforzado con las reflexiones de los teóricos más connotados en la materia.

1.7 Mural: Concepto-Técnicas-Antecedentes

MURAL, según Rae: Perteneciente o relativo al muro. Dicho de una cosa: Que, extendida, ocupa una buena parte de pared o muro. Pintura decoración.

Nuestra definición: El mural es una composición pictórica a gran formato, cuyo tema o concepto define acontecimientos y hechos de interés social, o informan sobre actividades comerciales para persuadir a públicos objetivos. Es un tipo de pintura que puede ser bidimensional, tridimensional o táctil, condicionada por los parámetros arquitectónicos o muros que actúan de soporte. Se realiza con materiales como óleo, acrílico, cerámica, hormigón, yeso, ladrillo, piedra, entre otros elementos. Estos últimos materiales hacen del mural con escala tridimensional más bien en alto relieve, como ya veremos más adelante.

Los murales se pueden ser de diferentes tipos, entre los que destacan:

-Informativos, que son los que orientan al transeúnte u observador de las informaciones necesarias para guiarse en un entorno determinado.

-Educativos y Preventivos: este tipo de mural se realiza con el objetivo de enseñar y prevenir al ciudadano sobre normas y pautas para el buen desenvolvimiento en vías y espacios públicos.

-De contenido social: estos son los que comúnmente más realizan los muralistas, pues lo usan para expresar su sentir y su desacuerdo con el sistema y para disentir sobre medidas que afectan a la generalidad de la sociedad o a particulares.

-Religiosos: que comunican el dogma y poderío a seguir por los feligreses.

Los murales se han usado desde el paleolítico, hace más de 20,000 años, para decorar los muros de sus cuevas, en donde registraban actividades de cacería y peleas de animales, hechos con pigmentos naturales, los cuales aplicaban con sus manos y unos primitivos pinceles hechos con ramas y hojas. En el antiguo Egipto también decoraban los muros con esculturas, pinturas y técnicas al temple, donde narraban las historias de sus dioses, de las dinastías faraónicas y las escenas cotidianas.

Los griegos y los romanos usaban la pintura de mural para narrar grandes batallas, banquetes, actividades sociales y secciones del senado. Entre los años 200 y 600 los monjes budistas de la antigua india se valieron del mural al fresco para narrar batallas épicas.

En América los indígenas Incas, Mayas, Aztecas y los Hopi narraron fantásticas y alucinantes historias a través de murales. En la Edad Media se usó la pintura mural para educar y para enseñar a la población las historias sagradas, ya que la mayoría eran analfabetos.

El renacimiento y el barroco fueron los periodos del arte en donde el mural tuvo un gran apogeo, pues era usado para decorar templos, iglesias, palacios y narrar sucesos mitológicos, siendo sus grandes exponentes los artistas Leonardo da Vinci, Giovanni Battista Tiepolo, Miguel Ángel Buonarroti, Rafael Sanzio, Peter Paul Rubens, entre otros.

En México la pintura de mural alcanzó grandes dimensiones en el siglo 20, creándose el movimiento "MURALISMO", en donde sus representantes con la ayuda del gobierno decoraron hospitales, escuelas, bibliotecas y otros edificios. Posteriormente los usaron para denunciar actos de corrupción gubernamental.

En la época contemporánea los murales se realizan con pinturas al óleo, acrílica y materiales sintéticos y reciclados. (Estas son las técnicas comunes de los murales actuales combinados con otros materiales y bases diversas). El mural está estrechamente relacionado con la arquitectura. Los murales renacentistas usaron la técnica del fresco y sus variantes al medio fresco o en seco. Con estas características se encuentran obras de grandes dimensiones realizadas sobre tela, lienzo, soportes metálicos, plástico y madera, que luego son fijadas al muro o comúnmente aplicadas directamente en la pared.

Los principales tipos de murales que existen son los siguientes:

De relieve: se trabaja sobre un muro regularmente en yeso, cemento o insertando madera, cerámica, piedra reconstituida, mármoles, resinas sintéticas, entre otros. Este tipo de mural tiene grandes niveles estéticos, pues permite su apreciación en tres dimensiones, haciéndolo muy vistoso y llamativo.

Cerámico: realizado sobre una base cerámica con mosaicos que regularmente son horneados para fijar los colores y el esmalte, para fijarlos en el muro con adhesivo u hormigón.

Teselas: estos se pueden realizar en muros y en pisos. Los mosaicos de distintos tamaños se componen de materiales que no son cerámicos, como granitos, mármoles, arcillas y vidrios.

Esgrafiado: en este se combinan las técnicas de pintura con el trabajo escultórico, en el cual se aplican los colores en varias capas de cemento, y se va moldeando según su aplicación hasta conseguir las figuras deseadas.

Vitral: realizado con vidrios de colores, los cuales se unen con plomo. Este tipo de mural es usado tradicionalmente en edificaciones religiosas. El Vitral es una membrana plana formada por vidrios transparentes o translúcidos, estructurados por una retícula de las varillas de metal como el plomo, que rodean cada trozo de lámina de vidrio. El proceso de creación plástica del vitral se desarrolla principalmente en la posibilidad y capacidad de pensar e imaginar cómo se reflejara la luz en el vidrio y traducirlo en

una expresión gráfica exacta, con una valoración cromática y tonal simbólica. Esto se logra en la práctica mediante sucesivos bosquejos.

TÉCNICA:

La técnica más antigua la usaron los egipcios y babilonios, que consistía en disolver los pigmentos en agua y aglutinante, para aplicar varias capas de yeso, e inmediatamente, se realiza el dibujo.

Como el yeso húmedo es muy absorbente, los colores se impregnan rápidamente en el muro. Pero el inconveniente es que los pintores deben trabajar muy deprisa antes de que la superficie se seque por completo.

La pintura al fresco, que consiste en aplicar el pigmento directamente sobre un muro, todavía húmedo, revestido con una primera capa de yeso y una segunda capa de cal; así los pigmentos quedan mezclados con el yeso.

En la pintura al temple se mezclan los pigmentos con algunas sustancias oleaginosas, como yema de huevo, aceite o cera que actúan como medio adhesivo. Esta puede aplicarse sobre muros pero también sobre tablas, lienzos, planchas metálicas, entre otros soportes.

El acrílico es una pintura compuesta por pigmento mezclado con resina sintética, que es duradera principalmente para exteriores; esta tiene la ventaja de que seca rápido. Mosaico, con vidrio, cerámica, piedras, yuxtapuestos en forma homogénea y con colores de acuerdo a la composición. En esta se distinguen varios tipos que dependen de la forma de cortarlos y colocarlos en el mosaico tradicional, se unen los trozos por el

revés con un pegamento sobre un papel especial, ejecutándose la composición en forma invertida, luego se lleva terminado al muro y se fija con una mezcla de cemento y arena. Los artistas mesopotámicos solían combinar piedras encarnadas o azules con nácar, conchas, huesos y betún; recortaban siluetas de personas o animales de nácar y los contornos los completaban con líneas grabadas o rellenas de pasta. Estas siluetas eran pegadas con un betún y se las rodeaba de lapislázuli. Aunque la investigación en cuestión es sobre el análisis semiológico de murales, nos referiremos al grafiti como un movimiento artístico que posee algunas características similares con el tema tratado, por lo que lo abordaremos con algunas pinceladas. Con características similares con el tema tratado, por lo que lo abordaremos con algunas pinceladas.

Se llama aerosol, pintada o grafiti, del italiano grafiti, grafiare, y ésta a su vez de la latina scariphare, estilete o punzón con el que los antiguos escribían sobre tablillas, a varias formas de inscripción o pintura, generalmente realizadas sobre mobiliario urbano.

La Real Academia Española define grafito como una pintada particular, y su plural correspondiente esgrafito, aunque esta palabra se usa específicamente para referirse a las inscripciones arqueológicas.

El grafiti, grafito, grafiti o graff tiene varias formas de inscripción o pintura, sus realizadores lo hacen generalmente sobre propiedades públicas o privadas ajenas como paredes, vehículos, puertas y mobiliario urbano, especialmente pistas de skate.

Entre los años 1965-1969 los adolescentes en la ciudad de Nueva York empezaron a escribir sus nombres en las paredes de sus barrios utilizando pseudónimos, creándose así una identidad propia en la calle. Estos chicos escribían para sus amigos o incluso para sus enemigos. El ejemplo más significativo y a la vez el más conocido por todos fue el de Taki 183, un adolescente de origen griego que a los 17 comenzó a poner su apodo. Su verdadero nombre era Demetrius y 183 era la calle donde vivía. Taki trabajaba como mensajero y viajaba constantemente en el metro de un lado a otro de la ciudad. En el trayecto estampaba su firma en todos los lados, dentro y fuera del vagón. Estos actos le convirtieron en un héroe y poco después cientos de jóvenes empezaron a imitarle. Algunos de los escritores también destacados de aquella época fueron: Frank 207, Chew 127, Julio 204, Bárbara 62. En principio no buscaban estilo, sólo querían aparecer por todos los lados. Es a partir de aquí cuando comenzaron a poner su nombre por toda la ciudad, haciéndose necesaria la creación de un estilo, tanto en la caligrafía, como en los métodos de ejecución o incluso los lugares utilizados para dicho fin.

Sus grafitis eran casi ilegibles, pero precisamente esto las hacía destacar de las demás y llamaban la atención del resto, por lo que un gran número de escritores de Manhattan adoptaron su estilo y lo bautizaron como “Broadway Elegant”. Es en 1968-69 cuando los grafiteros incorporan imágenes, dándoles un estilo más artístico a sus realizaciones de iconografía popular, tales como personajes de cómic o dibujos animados, e incluso retratos y autorretratos en forma de caricatura. Con la incorporación de estas imágenes aparecen en escena los complejos másteres piezas, que

además de hacer distinguir a los grandes maestros de los principiantes, amplían de manera considerable el tamaño de las obras. Es un momento muy importante, puesto que nos encontramos ante el nacimiento de las crews (pandillas, grupos). Su objetivo es la de hacerse más fuertes y así conseguir el respeto de los demás.

En España aparece en los 80, en Madrid a mediados del mismo año, siendo su precursor un personaje de nombre Muelle, quien impuso un estilo único de expresión popular urbana por medio de este arte. Rubricaba su nombre por doquier, convirtiéndose en un héroe desconocido, al cual todos los de su segmento querían conocer. Rubricaba una espiral terminada en punta de flecha que hacía de vector a la lectura bajo las letras, no era apropiadamente un dibujo, sino un recurso caligráfico bastante elemental. Muelle es considerado el profeta de los grafiteros castizos, que adornó el Madrid de la segunda mitad de los ochenta con su peculiar marca.

Siendo este un arte informal, cuyos realizadores llevan un estilo de vida vanguardista, está influenciado por la expresión del estilo de vida urbana. Sus más directas influencias vienen dadas por otras expresiones culturales de la calle como puedan ser el rap o el break dance. Además de la morfología en la escritura y en los estilos de letra de los tags, los throw-ups, wildstyles, etc., el grafiti toma prestados diversos elementos de la iconografía popular como el cómic o los cartoons. De hecho, la primera y la más destacada influencia viene determinada por el trabajo de Vaughn Bodé, quienes fueron de los primeros artistas del cómic underground de la

década de los sesenta y los creadores de personajes como: Deadbone, Junkwafel, Cheech Wizard o Belinda Bloom.

Hoy en día no se puede hablar de la historia del grafiti sin mencionar a Bodé, quien fue objeto de homenajes y dedicaciones por parte de algunos escritores, por ejemplo Kel 129 o Dondi, o incluso su trabajo llegó a hacerse referencia en un tema del legendario grupo de Hip Hop Beastie Boys. Los personajes de Bodé sirvieron como complemento para las piezas de muchos escritores del antiguo metro neoyorkino, aunque hoy en día se sigue haciendo tributo a este artista underground de gran popularidad en la década de los sesenta, asociado al movimiento hippie o en los noventa al hip hop.

Otra influencia directa sobre el grafiti es la del tatuaje, que de manera recíproca influye en el estilo de las piezas de muchos. Esto se ve sobre todo en la representación de tribales, simetrías, o personajes y elementos típicos del tatuaje como corazones, puñales... Siempre en colores vivos y planos que tanto caracterizan a los Tattos.

2- MARCO TEÓRICO:

2.1 Algunos murales de Madrid proyectan poderosos signos con penetrantes simbologías gráficas y conceptuales

Mucho de los murales de Madrid encarnan un contenido simbólico en toda su estructura y composición artística, con una variedad de signos que pasan desapercibidos ante el simple observador que sólo ve la riqueza del colorido y las creativas y llamativas imágenes que lo conforman, como es el caso del gigantesco mural que cubre uno de los laterales del edificio de la Fundación Isabel II en Plaza de Castilla (*imagen 2*). En este mural se ve la imagen de medio cuerpo, el cual está compuesto por estructuras de repetición de cuerpos en similitud de tamaño y dirección, con la majestuosa armonía de colores fríos, y tímidamente colores opacos con fondo degradado del gris al negro con un recorrido visual coherente.

Pero, ¿Qué es lo que su realizador quiere decir con estas repeticiones de íconos? Puede que especulemos en nuestro discernimiento y en las conclusiones a que hemos arribado sobre el significante del mural. Sin embargo, si nos sumergimos en este, se ven seis rostros de espaldas que conforman una infinita fila en espera de algo muy deseado. Además, hay múltiples filas que bordean los entornos de un epicentro en forma de protección. Los colores reflejan la profundidad y el diámetro que cubren las filas, desde el negro -que es el más lejano-, hasta el blanco amarillento que por su claridad y posición en la composición-, ocupa el primer plano. Este es sólo un ejemplo de la simbología que ocultan los murales de Madrid.

Imagen 2 Mural en la inundación Canal Isabel III



Otros murales nos dejan muy claro su significado visual, y su estructura semiótica nos habla directamente. Partiendo de las concepciones y los planteamientos de connotados teóricos como **Roland Barthes**², quien dejó plasmadas sus experiencias y vivencias por Oriente en el libro *El imperio de los Signos*, donde profundizó sobre el significado del arte, haciendo comparaciones con Occidente para interpretar ambas culturas.

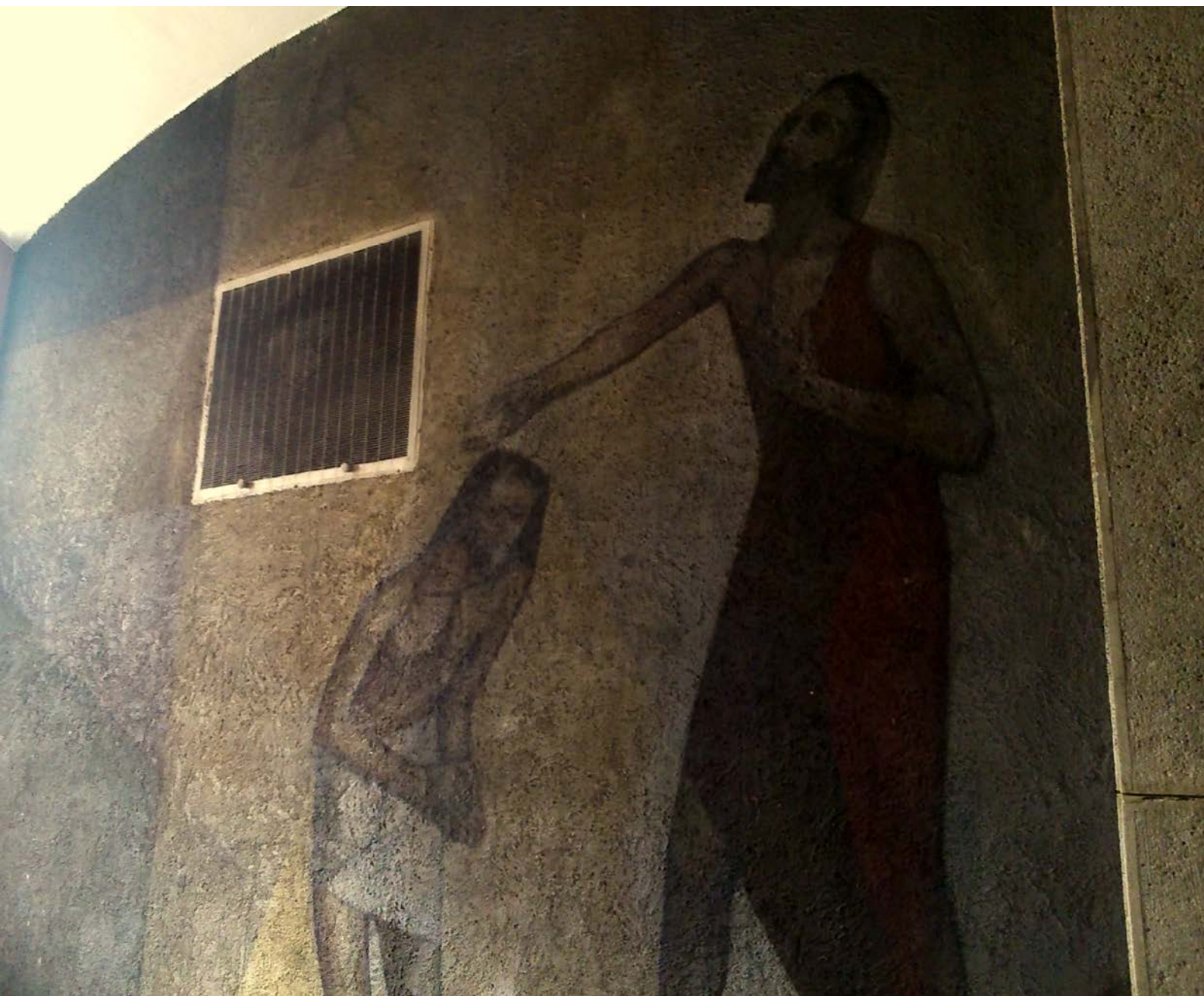
Barthes, experto y conocedor del lenguaje de los signos, nos guía y nos hace comprender los rasgos idiomáticos en las imágenes que poseen los murales en Madrid. Los muralistas de esta gran metrópolis no vacilan en dejar sus estampas impresas en un lenguaje verdaderamente apasionado, en algunos casos llenos de rebeldía y en otros cargados del sublime dogma de la religiosidad. Estas dos líneas paralelas se entrecruzan entre sí para definir la diversidad, las divergencias y coincidencias entre dos estilos de forjar un mural. Barthes, en su trabajo “El imperio de los signos” sitúa al artista como un egocéntrico que no respeta regla alguna para plasmar sus producciones, sino que se hace partícipe de y cómplice de situaciones en contra del sistema. Así lo promulga. Cito: *“El amateur que practica la pintura, la música, el deporte, la ciencia, sin espíritu de maestría o de competencia conduce una y otra vez su goce (amator: que ama y ama otra vez); no es para nada un héroe (de la creación, de la hazaña); se instala graciosamente (por nada) en el significante: en la materia inmediatamente*

(²).- **Roland Barthes**. Crítico literario y sociólogo estructuralista francés. Su obra va desde una reflexión sobre la condición histórica del lenguaje literario y la tentativa de constituir una semiología de la moda hasta demostrar la pluralidad significativa de un texto literario y la sobrevaloración del “texto” en lugar del “signo”. Y *El Imperio de los Signos*.

definitiva de la música, de la pintura; su práctica, por lo regular, no comporta ningún rubato (ese robo del objeto en beneficio del atributo); es –será tal vez– el artista contra–burgués. Lo que caracteriza a las sociedades llamadas avanzadas es que tales sociedades consumen en la actualidad imágenes y ya no, como las de antaño, creencias; son más liberales, menos fanáticas, pero también más "falsas" (menos "auténticas"), cosa que nosotros traducimos por la confesión de un tedio nauseabundo, como si la imagen al universalizarse, produjese un mundo sin diferencias: eliminemos las imágenes, salvemos el deseo inmediato (sin mediación)".

Dos limitantes obstaculizan el espíritu creador de los muralistas madrileños. Una de ellas es la falta de espacios para exponer sus creaciones, pues siempre tienen sobradas razones para comunicar a través de simbologías ocultas sus constantes divergencias con el sistema, o sus coincidencias y compromisos con los que compran su talento. La otra es la prohibición del ayuntamiento que protege los espacios públicos, no permitiendo que nadie intervenga paredes sin su autorización. Algunos murales en Madrid son ya repetitivos ante el espectador, pues su desgaste visual y conceptual cumplió su ciclo biológico, y el desinterés por su consumo pasó simplemente de moda (*fig.3 Mural en la iglesia de Santa Teresa y San José*). Es posible que la gran mayoría de ellos estén faltos de mantenimiento y retoques, principalmente los elaborados en exteriores. Con los de interior no pasa lo mismo. Estos son llamativos, principalmente para el turista que visita una majestuosa iglesia católica. Lo primero que le llama la atención es la romántica y melancólica pintura plasmada en el frontal del pulpito, con la agonía de un Cristo que no termina la cadena de sufrimientos que el artista maldijo con su pincel.

Imagen 3 Mural en la iglesia de Santa Teresa y San José



Cada mural expuesto en Madrid, fue en algún momento centro de atención: tuvo un público cautivo y admiradores. Muchos de los espectadores ignoran las simbologías ocultas en las imágenes, el significado de los colores y los íconos ancestrales que se hayan insertados en los trasfondos de las imágenes.

Hay imágenes en primer plano que convidan al espectador a dejarse seducir, que lo involucran en su colorido, que invitan a sus sentimientos restringidos a salir del subconsciente. Esas imágenes son un estímulo que apasionan al espectador sin darse cuenta, llevándolo a veces a sacar emociones ocultas que desbordan su ansiedad, sin saber el porqué. Es posible que el artista haya hecho uso del lenguaje subliminal para persuadir a quien miren su obra de arte. Algunos muralistas usan este recurso para conseguir objetivos concretos de parte de los espectadores. Aun no dándose cuenta éste es sutilmente influenciado, en virtud de que desconoce el área de la simbología oculta de carácter psicológico que posee el mural.

Las imágenes de los santos pintadas en las paredes de las iglesias católicas son una poderosa herramienta persuasiva, tanto para los feligreses como para los turistas que visitan estos lugares sacrosantos. Es tan grande el impacto que causan estas imágenes, que se convierten en el centro de atención para quienes las ven por vez primera. Se quedan fijas sus miradas como si les hipnotizaran y le hicieran un llamado a la alabanza de un ser divino. Tal es el caso del gran lienzo de la beata María de Orozco Agustina, realizando milagros, en la catedral de Almudena. Este es realmente impactante, pareciera como si se tratara del espíritu omnipotente que puede curar todos los males de la humanidad (*Imágenes. 4 A-B*).

En su obra *El Poder de las Imágenes* el investigador e historiador de arte, David Freedberg ⁽³⁾, nos orienta con una postura clara sobre el poder que ejercen las imágenes en el espectador cuando este las contempla y se empodera de ellas.

Imagen 4 A Gran lienzo de la “Beata María realizando milagros”, Autora: Isabel Guerra en la catedral de Almudena.



⁽³⁾. -David Freedberg (Pierre Matisse), Profesor de la historia del arte y director de la Academia Italiana de Estudios Avanzados en Estados Unidos en la Universidad de Columbia, EE.UU.

Imagen 4-B Maino Pentecostés Lienzo-Museo del Prado



3- DESARROLLO DEL ANÁLISIS

ANÁLISIS DEL ENTORNO, CONTENIDO CONCEPTUAL Y VISUAL DE LOS MURALES IDENTIFICADOS EN MADRID

3.1 La semiología social del mural en Madrid

El arte es la expresión egocéntrica emanada de los sentimientos sublimes de su creador y el mural constituye una pieza de legítima realización estética que plasma eventos, ocasiones, situaciones y hechos que socialmente estimulan al artista a crear obras de carácter dogmático, esotérico, rebelde y disidente. Sin embargo, es importante tener presente que los murales no siempre expresan sentimientos propios, sino que son encargos de la llamada industria cultural para obtener algún tipo de beneficio económico.

Para **Jean Duvignaud**, el arte es la herramienta por excelencia para unir a las sociedades divididas. Este afirma que el arte desfronteriza el vínculo que separa los niveles sociales, dando al artista la oportunidad de crear obras que trasciendan los debates que provocan las divergencias sociales. Las doctrinas religiosas son las que mayor capital le sacan al arte con sus imponentes frescos y murales que cautivan al que entra al templo o congregación sin importar la ideología filosófica que pertenezca.

En la mayoría de los casos, los muralistas que han realizado trabajos en las iglesias de Madrid tienen un vínculo directo con el clero o son compromisarios de la fe que profesan a través de sus trabajos. De ahí que las afirmaciones de Duvignaud, son un testimonio válido de lo que representan socialmente los murales religiosos de Madrid. En la Edad Media los grandes artistas dejaron enigmas y códigos indescifrados hasta el momento, en franca desobediencia al compromiso asumido con la religión, lo mismo ocurre muchos muralistas madrileños, quienes han dejado alguna estampa dormida, con el fin de provocar reacciones sociales en el subconsciente del visitante.

En su libro Sociología del Arte, Jean Duvignaud ratifica el sentido social del arte, ofreciéndonos detalles del papel que este juega en la sociedad como medio transmisor de ideologías y exponente de las luchas de clases. Hay, pues, en cada uno de los murales que hemos identificados en Madrid una expresión de sentimiento grupal de pertenencia o de vínculo con alguna clase social, ya sea dominante o subalterna, pero donde el dogma religioso es lo que predominante sobre todo lo demás, en virtud de las ventajas de espacios de que disponen en los templos y el marco legal favorable que les acredita a difundir en murales de exteriores sus doctrinas y creencias. **Cita:**

“La obra de arte recompone una unanimidad que vuelve a soldar las parcelas de la humanidad dividida. Y no en el marco de una absurda y vaga idea del hombre, sino de una participación y una comunicación realizable en la cual nuestra libertad halle su lugar. Y esto es quizás la razón que mueve a ciertos artistas hacia la definición sagrada del arte o

hacia la participación política: definir la participación política bajo el aspecto de lo sacro, es agarrarse de este sueño de calurosa comunión que los pequeños grupos y las sectas brindan a cada uno de sus miembros. Pero es concederle a la tribu primitiva una importancia y una significación real que nunca tuvo más que en el espíritu de los primeros sociólogos”, afirma Duvignaud en su libro Sociología del Arte.

La mayoría de los murales que hemos identificado en Madrid poseen niveles de estética bastante apreciable, por tener sus realizadores conocimientos académicos y técnicos de la aplicación de la pintura. Sociológicamente su estética es muy relativa. Los murales se realizan para diferentes segmentos sociales, pensando en el público que lo consumirá como producto artístico, así como los niveles sociales y culturales que quienes los apreciarán o los criticarán por considerarlos ruidosos, moralmente inaceptables, fundamentalistas o inadecuados. Lo cierto es que cada mural expuesto en Madrid tiene criterio propio, aun sea un mero encargo publicitario.

Aun en los casos en que el muralista reciba las indicaciones y pautas para la realización de su obra, él siempre llevará su espíritu en el pincel y en la brocha y se dejará guiar por sus sentimientos para representar su mundo interior, dándolo a conocer al nivel social que pertenece. Esta es una filosofía innata del muralista. Por eso al artista popular le da lo mismo que le guste o no su trabajo al espectador. A este le importa más comunicar lo que le dicten sus propios sentimientos o los que él se cree representar.

No necesariamente ocurre esto cuando el muralista realiza su trabajo en la gran avenida, ya que estos murales son plenamente publicitarios para promover determinados bienes, productos y servicios. A esto nos referiremos más adelante. Duvignaud plantea que el artista posee varias fases al crear, cada una de las cuales es autónoma y corresponde a etapas espirituales desprendidas del mundo visual y formal. De ahí que, cada mural expuesto en las paredes o en los techos de las grandes iglesias de Madrid es diferente desde el punto de vista conceptual pero muy similar desde el punto de vista visual. A simple impresión lo que realiza el muralista empírico es una especie de sátira social, siendo los niveles de calidad en la aplicación de las técnicas en un ochenta por ciento aceptables. Más la valorización estética que el público le dé dependerá de la identificación social que haya entre Espectador-Mural. Cuando un observador se siente identificado con una obra artística quiere también formar parte de ella, ser parte de las imágenes que las componen; quiere, en suma, crear obras como las que tiene en frente. Eso sucede cuando te paras en frente de los enormes murales sacrosantos situados en la Catedral de la Almudena.

Al respecto son muy precisas las afirmaciones de Duvignaud, cuando proclama:

“De manera que lo imaginario es mucho más que lo imaginario, esto empeña la existencia del hombre bajo todos los planos y a todos sus niveles, porque no nos conformamos con sentir, con aplaudir; Participamos a través del signo que nos dirige la obra de imaginación en una inaprehensible sociedad ulterior”.

La conexión e identificación social entre individuo y arte es un capítulo abierto desde las primeras expresiones artísticas conocidas del ser humano. La historia del arte prehistórico nos muestra los murales de las cavernas del paleolítico y el neandertal con registros de actividades cotidianas de sociedades que no estaban organizadas, sin embargo, eran y son murales artísticos hechos rudimentariamente con las herramientas que poseían (Imágenes 5A-B). Eran verdaderos murales que aun hoy podemos apreciar a través de las tecnologías de la información.

Imagen 5-A Arte rupestre cueva de Altamira Santander, España



Imagen 5-B Arte Rupestre



Lo mismo podemos decir de civilizaciones como los sumerios, quienes dejaron registrada su historia a través de los relieves y las estatuillas, así como a través de las escrituras cuneiformes plasmadas en tablillas de arcillas. Cada mural pintado en Madrid tiene una vinculación social de acuerdo a los niveles sociales del artista, las filosofías y los dogmas imperantes en su localidad o región, así como también de los sindicatos y movimientos sociales contemporáneos con los que se identifique. Madrid no está al margen de la intervención artística de los modelos y estereotipos sociales existentes. Se puede observar en la estructura conceptual o visible del mural la identificación del mensaje social que se pretende transmitir con determinados intereses grupales.

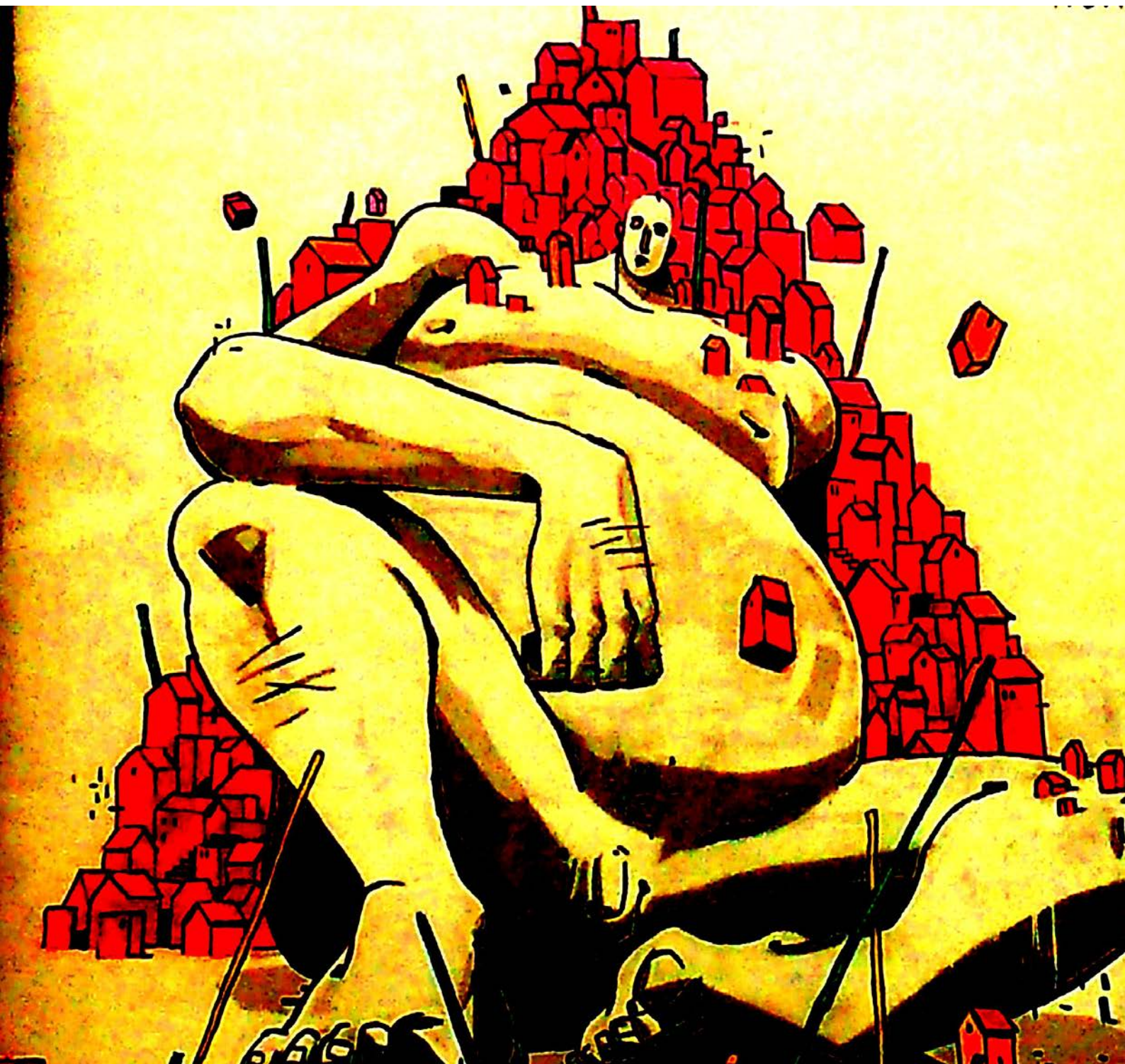
Como ya hemos dicho, las religiones nos imponen sus dogmas alucinantes con los gigantescos murales que representan sus ideologías, por un lado el sacrificio de sus mártires y por otro el evidente poderío que exhibe. Esto desde el punto de vista conceptual tiene una doble connotación social de oprimido y opresor. Los empresarios madrileños usan este recurso como herramienta publicitaria para persuadir a la gente con la forma estética que utilizan sus realizadores para proyectar el mensaje y por tener más visibilidad persuasiva que los carteles impresos.

En el caso de los sindicatos y los llamados movimientos sociales alternativos u opositores, estos recurren a lo que podríamos llamar muralismo de la inmediatez por varias razones: carencia de estética por el bajo presupuesto, no muy buena calidad estética por la rapidez y la poca experiencia de sus realizadores. Estos son ilegales, pues son realizados en espacios prohibidos por la Comunidad de Madrid, entre otras razones.

Los movimientos contemporáneos son muy influyentes, entre ellos está la comunidad gay, que según se observa prefiere estudiar las carreras de bellas artes. Por ende, dejan plasmados en todos los murales que realizan la esencia de su preferencia sexual. (*Imagen 6*). Existen muralistas que no pertenecen a los grupos sociales mencionados. Estos, aparentemente están al margen de las luchas de clases, razón por la cual buscan lugares apartados en las carreteras y sitios abandonados para contar sus historias y plantear su punto de vista con un tema casi siempre al margen de lo habitual. Particularmente nos atrevemos a llamar a sus trabajos murales anónimos. Todos estos planteamientos lo situamos en la postura de Duvignaud, cuando promulga que:

“Dado que una obra de arte se sitúa a la vez en relación con las intencionalidades de una época, de un grupo, dentro de los géneros de sociedades que presuponen unas experiencias cada vez diferentes en cuanto a las relaciones humanas, los sentimientos y las emociones, es necesario pues, para medir el arraigo de la creación imaginaria, definir doblemente a la misma en función de la postura artística consciente o implícita y en la relación con las funciones que el arte asume dentro de su tipo particular de sociedad”.

**Imagen 6 Mural en pared de la Tabacalera barrio Embajadores Madrid. Autor:
Keller**



Es evidente que desde las primeras sociedades organizadas el arte ha asumido un franco compromiso social, independientemente de qué lado estén ubicadas sus diferentes manifestaciones, siendo los murales un canal reproductor de las filosofías y los dogmas de las clases dominantes para difundir compulsivamente sus imposiciones ideológicas de conveniencia.

Uno de los primeros embriones de disidencia contra el sistema de producción de arte con una ideología diferente y opuesta a los cánones relativamente estéticos, pero funcionalmente demostrada, fue la fundación en 1919 de la Escuela del **Bauhaus** por Walter Adolph Georg Gropius⁴, quien fundó esta escuela de artesanía, diseño, arte y arquitectura que intentó romper el arte clásico, romántico y ornamental que predominó por siglos en Europa y que posteriormente llegó a América en los años 40s. Esta propuesta de Gropius la detalló Tom Wolfe⁵ en occidente, en su trabajo “¿Quién le teme al Bauhaus feroz?”. Al igual que este movimiento han existido muchos como es el Pop Art, salido a la luz en los años 50s en Reino Unido, y que se extendió en EE. UU., alcanzando allí una gran acogida entre la juventud rebelde de esos tiempos. Lo cierto es que tanto el arte urbano y callejero, como el formalismo idealista de los clásicos universales de la plástica medieval y contemporánea, han asumido una postura socialmente comprometida con sus intereses de clases.

(⁴).-**Walter Gropius**, Fundador de la famosa escuela de diseño de la Bauhaus, en la que se enseñaba a los estudiantes a utilizar materiales modernos e innovadores para crear edificios, muebles y objetos originales y funcionales, estudió arquitectura en Múnich y en Berlín.

(⁵).-**Tom Wolfe**, Periodista y escritor estadounidense, padre del llamado Nuevo Periodismo, una revolucionaria tendencia en el campo de la prensa, estudió literatura y periodismo en la Universidad Washington.

El muralismo madrileño no está la margen de las luchas de clases plasmadas en paredes, espacios públicos e interiores de los templos. Y más aún, teniendo esta gran metrópolis una rica y variada propuesta cultural, en donde cada museo tiene expuestos varios murales en todas las manifestaciones del arte. En Madrid cada muralista tiene sus compromisos individuales y grupales al servicio de los intereses en los que cree. Muchos no reciben ningún beneficio económico, pero otros sí. Así lo afirma Natalia E. P. Melo Maturana, en su trabajo publicado en la red sobre arte religioso. Cito: *“Las referencias iconográficas y discursivas al universo religioso en el arte y el diseño contemporáneo suponen una transformación/inversión en claves fetichistas de la tradición ideológica - simbólica del mismo”*.

Vistas socialmente las imágenes en la obra de arte representan el estilo y la perspectiva de su época, pero vistas desde la óptica del artista son el resultado de situaciones ocurridas en el presente o en un pasado reciente latente en el recuerdo del artista. Los muralistas urbanos de Madrid cuentan la historia de las luchas de clase, el sentir del ciudadano común afectado por algún acontecimiento o medida oficial, de los empresarios o de los llamados poderes fácticos. El muralista se aut nombra representante de los sectores populares cuando describe en sus pinturas la situación por la que atraviesan esos sectores y cuando su nivel de conciencia e intelecto se identifica plenamente con su realidad. Identifica el porqué y las causa de las cosas, las consecuencias que acarrearán, así como la formulación de una propuesta muy particular para enmendarlas y evitar que vuelvan a ocurrir. Con su pincel brocha, pintura y todo su instrumentaría, intenta desvelar los males sociales con denuncias graficas.

En cambio, el muralista que pinta los grandes frescos y lienzos en las iglesias católicas de Madrid siente múltiples inspiraciones para realizar su trabajo, como su compromiso y coincidencia ideológica con el clero, lo que le lleva a creer en lo que hace, pues pinta la santidad y el decoro, la sublime presencia de DIOS, sus santos y mártires. Además, al tener sus trabajos mayor dedicación, son visualmente más estéticos y socialmente más apreciados, pues proyectan sentimientos de glorificación perpetua, según las creencias.

En ocasiones el arte religioso causa contradicciones a su propio dogma, pues hay imágenes insertadas en murales que desdicen del tipo de arte que pretenden exhibir. En algunos murales se pueden encontrar imágenes demoníacas de espectros, que el artista imaginó y las insertó en su obra, escenas de actos sexuales en las que se ilustran órganos sexuales en medio de orgías. Pareciera que la complicidad entre el artista y el clero es un asunto normal. Socialmente estas imágenes son censurables, pero los fieles se hacen de la vista gorda y perdonan al clero, están tan acostumbrados a verlas que se han convertido en lo que se llama paisajismo de imágenes *imagen 7*.

Imagen 7 Sabat de las brujas, mural lienzo en el museo del Prado, Goya

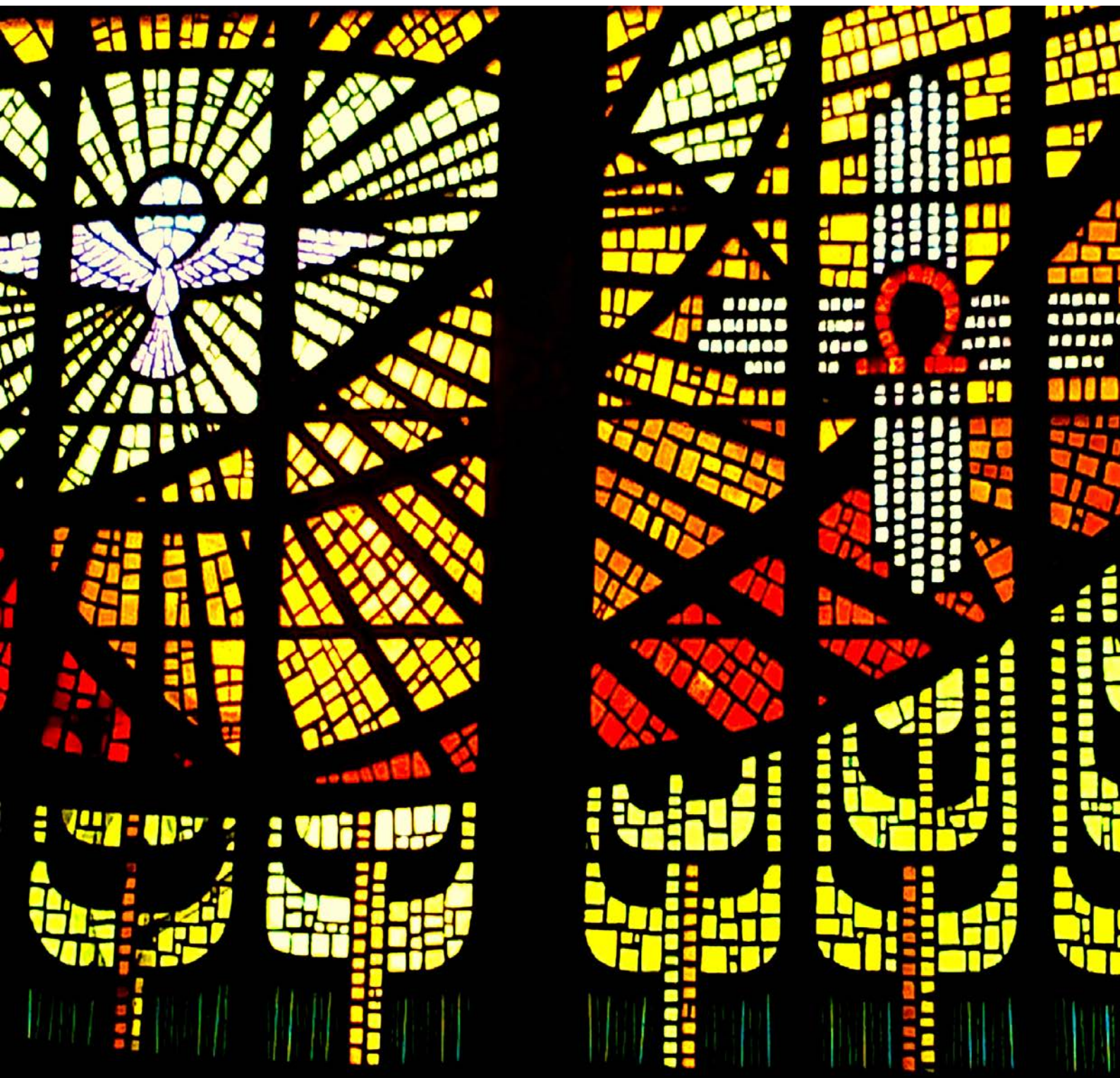


Aunque parezca contraproducente, el grafitero es un artista reconocido y muy popular entre su clase. Los grupos disidentes y socialmente excluidos se sienten muy identificados con el trabajo de este artista del espray. Sus coloridos trabajos son admirados por la gran mayoría de la juventud rebelde de Madrid. Un gran porcentaje de los jóvenes que participan de los famosos botellones, que fuman cannabis, que participan en protestas populares, que practican la homosexualidad, participa, quiere participar o ha hecho causa común con jornadas de grafito en Madrid.

La investigadora de arte callejero Paula Alcatruz, nos expone un planteamiento acorde con lo la realidad de los artistas plásticos callejeros cuando dice en sus escritos subidos a la red. Cito: *“Las paredes de los sectores populares son la pizarra del pueblo, donde uno tiene el derecho a expresarse y escribir lo que uno quiera. Es el medio de comunicación del pobre. El arte mural popular o muralismo callejero es una legítima expresión espontánea, es un arte que concientiza por medio de lo cotidiano, atrayendo con sus colores a todos los que no acceden a las galerías de arte ni museos, educa a través de la denuncia social, informa por medio de la consigna diaria de acontecimientos”*.

Algunos murales expuestos en las iglesias de Madrid representan, además del dogma religioso y el poderío clerical, verdaderas piezas de lujo con un glamur impresionante, donde exhiben la delicadeza estética y sublime de esta institución. Estos ejemplos se pueden encontrar en las grandes paredes de la iglesia del buen suceso en Argüelles de Madrid (*imagen 8*), en donde el brillo y luz de las piezas simbolizan una especie de paraíso para el visitante. La gama multicolor de estos vitrales resplandece e ilumina la mente más distraída. Eso no es mera casualidad, pues la iglesia muestra su mejor rostro en este majestuoso palacio. Los grandes lienzos en sus paredes representan el apogeo y la suntuosidad del arte clerical europeo.

Imagen 8 Iglesia del Buen Suceso en Argüelles Madrid



En el libro **Los usos de las Imágenes: estudio sobre la función del arte y la comunicación** de E. H. Gombrich⁶, define este tipo de escenario como tentador, al considerar que los cuadros son un espejo de la vida, de la época y contemplarlos (con la frase fácil) como una expresión del espíritu de los tiempos, como la edad dorada de la luz y la dulzura, de los placeres refinados y de la perfecta alegría. Ciertamente la iglesia siempre ha sido históricamente una galería de arte permanente que contrata los mejores artistas para decorar sus paredes con suntuosas obras de tamaños colosales. Esto ocurrió en la Edad Media y en el Renacimiento, donde un artista de la categoría de Miguel Ángel fue quien pintó los murales o frescos de la Capilla Sixtina de la Basílica de San Pedro en el Vaticano, Roma.

3.2 Variedad lingüística de las imágenes en los murales de Madrid

El arte, en sentido general, expone su tinta indeleble en trazos, líneas, pinceladas y escenografía. Pero en la actualidad, con las novedosas herramientas audiovisuales, que en tiempo real recorren el planeta en cuestión de minutos, transmite a través del multilinguaje infinitos mensajes que aluden a nuestros sentimientos para persuadirnos consciente y subliminalmente con una eficacia extraordinaria.

(⁶).-Ernst Hans Josef Gombrich, Historiador de arte británico de origen austríaco, Su Historia del arte fue ampliamente difundida ya que es un texto de divulgación que ha vendido millones de ejemplares traducida a más de 20 idiomas. Otras publicaciones importantes suyas fueron Arte e Ilusión, considerada por los críticos su trabajo más influyente y de mayor envergadura.

Los murales contienen en su estructura compositiva, colores que psicológicamente nos hablan con su simbolismo e indican los estados de ánimos, tanto de su creador como de la historia que nos quiere contar. Los niveles y tipos de lenguas en que se transmiten los mensajes dependerán de la formación intelectual y técnica del artista. Pero aun en el caso de que el muralista carezca de formación académica, eso no significa que no podamos entender los códigos y símbolos en que nos transmite su lenguaje.

La iconografía contenida en los murales de Madrid es indescriptible desde el simple punto de vista del observador común, pero al adentrarse en su contenido conceptual, es posible que cambie radicalmente la comunicación individual o corporativa que encierran. Omar Calabrese⁷, en su análisis comparativo **El Lenguaje del Arte**, recopila las concepciones y teorías de varios autores en la materia, siendo su principal propósito mostrar qué nos quieren comunicar los artistas cuando nos hablan a través de sus producciones.

Calabrese, convencido de que una obra de artes es multi lingüista y multi comunicadora se plantea varias interrogantes en las que se puede discernir sobre el multilinguaje del arte. Cito:

“¿Es posible entrar en el ámbito de la comunicación a los fenómenos artísticos? ¿Existe diferencia entre el tipo comunicación de la

(⁷).-Omar Calabrese, Semiólogo y crítico de arte italiano con doctorado en Historia de la lengua, impartió semiología en las artes en la Universidad de Bolonia y en la École des Hautes Études en Sciences Sociales de París y en las Universidades de Bilbao, Barcelona, Aarhus, Yale, Harvard, Berlín, Bogotá, Buenos Aires, Londres, Zurich, Salónica, Praga, Viena, Mannheim, Oporto, Tours y Ámsterdam, al momento de su deceso desempeñaba el cargo de profesor de semiótica en la Universidad de Siena.

figura plana, de la figura tridimensional y la del lenguaje verbal? ¿Es lícito reunir en una sola perspectiva la arquitectura, las artes menores, la pintura, la figuración tridimensional? Dentro de este último reagrupamiento, ¿se dan características tales que permitan articulaciones internas posteriores sobre bases diferentes a las tradicionales divisiones históricas de las artes?”

Cada una de estas interrogantes será respondida en el desarrollo de nuestro análisis particular. Sin embargo, es importante precisar que: El arte es el medio de comunicación más elocuente y complejo a la vez, pues las diferencias entre el tipo de comunicación de las figuras planas, de la figura tridimensional y la del lenguaje verbal dependerán de la perspectiva con que se definan y se analicen. Puede que tengan un mismo significado, independientemente de su intangibilidad. Las artes tienen divisiones y sub divisiones. Por tanto, todo lo que se produce con conciencia lógica fruto del conocimiento científico académico y con niveles estéticos para recrear y difundir imágenes audiovisuales tangibles e intangibles con pensamiento crítico, es arte, y, en consecuencia, se pueden reunir en conjuntos de diferentes categorías. Desde los desgastados grafitis artísticos del parque de La Chimenea en el sector Embajadores, recorriendo los imponentes frescos de las parroquias Santa Teresa y San José, hasta el majestuoso mural que adorna el edificio del Ministerio de Industria y Turismo (***Imagen 9***).

En esos murales se puede discernir que la apreciación comunicativa de cada artista es diferente. Las razones que explican esa diferencia son múltiples. Una de ellas está relacionada con el contexto y la situación social en que fue realizado. La técnica en alto relieve del mural cultural,

recreativo e informativo del MIT (*Imagen 9*) y su contextualización, nos transmiten los propósitos y objetivos de la institución que representa. Además, es un trabajo realizado como industria cultural; es decir, por encargo, en el cual su creador obtuvo buenos beneficios económicos. Al observar este mural, se puede deducir que sus creadores, los artistas Viola y Galdeano, trabajaron el proyecto desde la perspectiva de la investigación, el boceto final, su ejecución y terminación.

Imagen 9, Ministerio de Industria y Turismo Madrid, Aut: Viola-Galdeano



Por otra parte, los murales realizados en Embajadores por el colectivo de artistas (Voperromundo, Sue Sue, Criril, Pedro Cega, Simena, Ceaqua, Keiler, Susie Hammer, Morondo y Sabek), son el producto de la imaginación individual de cada artista participante, pues aunque hay cierta similitud conceptual, el parecido visual es diferente entre los trabajos. Sus realizadores son bohemios independientes que recrearon sus sentimientos de inmediatez planificados en la marcha, de sus ideas contenidas en su mundo interior: *(Imágenes 10-11-12-13).*



Imagen 11 en barrio Embajadores de Madrid/Carrión



Imagen 12 Mural en barrio Embajadores de Madrid



Imagen 13 Mural en barrio Embajadores de Madrid/Sabek



Al trasladar la mirada al parque de La Chimenea de Madrid se puede observar que existe una gama cromática desorganizada, con un ruido visual incoherente. De ello se puede concluir que estas creaciones tipo bubble fueron hechas por el ocio de jóvenes rebeldes con un estilo vanguardista y con deseos de expresar su diferencia o disidencia social con el sistema. Cada uno de estos artistas expresó un lenguaje diferente con un estilo distante, pero finalmente logró comunicar lo que quería a su blanco de público. Para definir el lenguaje de los majestuosos murales plasmados en las iglesias católicas, necesitaríamos una tesis completa /Imagen 14

Imagen 14 parque de La Chimenea de Madrid/Anónimo



Arnold Hauser⁸, nos reafirma claramente en su libro *Historia Social de la Literatura y el Arte*, el lenguaje usado por los artistas para manifestar su punto de vista con respecto a situaciones con las que se siente identificado. Cito: “*El arte es tan poco inolvidable e insustituible, lengua madre de la humanidad, como lo es cualquier otro modo de expresarse. También el arte es un idioma simplemente limitado. De ninguna manera se lo puede hacer pasar por una lengua originaria que de alguna manera no haya sido precedida por alguna otra de entendimiento lingüístico, o por un lenguaje universal que sería incomprensible por todos y en todos los tiempos. Sin duda es una lengua, un dialecto, que es hablado y comprendido por muchos, es decir, un vehículo de la expresión cuya posibilidad de utilización se apoya en la validez de los medios de comprensión convencionales tácticamente aceptados*”.

Estas concepciones planteadas por Hauser, constituyen un mandamiento artístico que sobrepasa los límites del conocimiento de algunos de los realizadores de murales en Madrid. Sin embargo, el código de cada artista actúa por su propia convicción y esquema social, de ahí que los muralistas madrileños expresan sus diferentes tipos de conceptos y técnica por su condición y formación académica individual. De igual modo, los espectadores valoran los murales, tanto por su conocimiento de las artes como por su conciencia social y sus ideales. Es difícil conocer la percepción de los madrileños con respecto a los murales, pues en su gran mayoría no les interesa este tipo de arte y a los que les llama la atención simplemente lo valoran en un momento determinado por su contenido visual, pero desde su propia óptica.

(⁸).-**Arnold Hauser**, Historiador del arte de origen húngaro. Estudió en Alemania e Italia. Siguió las investigaciones de la escuela historicista y sociológica alemana y la doctrina marxista de György Lukács. Elaboró la teoría del arte en la que analiza los fenómenos artísticos en estrecha relación con su contexto histórico y social y los fenómenos socioeconómicos.

3.3 El muralismo en Madrid como herramienta persuasiva de la religión y expresión de disidencia y rebelión social.

La religión católica encarna uno de los dogmas filosóficos más profundos que obliga a sus feligreses a profesar una fe imperecedera, y a testificarla permanentemente en el día a día. El uso de los murales en todas sus parroquias no es mera casualidad, pues a través de ellos comunican la sublime grandeza del poder omnipotente del Dios católico y su cordero inmaculado. Esto en ocasiones parece contradictorio, pues la exposición de un Cristo flagelado y ensangrentado colgando de una cruz en el centro del templo no refleja poderío, si no debilidad.

Esa aleccionadora imagen se hace presente en todos los templos católicos de Madrid. Habla del sufrimiento experimentado por un ser divino que se entregó a sus detractores para dar fiel cumplimiento a los planes de su creador. También le dice a los que entran al templo, que la vida es un espacio de sacrificios para todos los seres humanos que acepten la fe católica como su ideología filosófica del diario vivir, para luego obtener una recompensa perpetua. Las miradas penetrantes de los santos pintados en los murales de las iglesias, le dan un mandato divino a todo aquel que se deja seducir y asume el compromiso de testificar la fe católica, a tal punto que, cuando un feligrés se arrodilla frente a una de estas imágenes el tiempo se detiene y experimentan altos niveles de excitación mental y física.

David Freedberg, en su libro *El poder de las imágenes* nos edifica con claridad de cuan persuasivas y excitantes pueden ser las imágenes que

componen las obras de artes. Freedberg plantea detalladamente el poder persuasivo y las misteriosas influencias que puede ejercer una pieza de arte a un devoto, a tal punto que lo lleva a niveles desconocidos de exaltación, transformándolo en una persona con metamorfosis física y emocional. Freedberg, plantea: *“Así mismo, nos recuerda de manera vivida y directa la necesidad de prestar atención a todos los usos posibles de las imágenes y a todas las imágenes posibles, desde el uso elevado y el arte de las obras maestra, hasta el uso bajo y el arte popular”*.

Estas afirmaciones recogen tanto el sentir general del espectador de los murales de las iglesias, como de los murales populares de contenido social. Así como los murales publicitarios con sus ilustraciones y sus agradables imágenes cargadas de coloridos bien combinados, convidan al transeúnte a entrar al centro comercial, también los murales callejeros con su elocuente sátira social hacen un llamado al ciudadano para que despierte ante los males sociales que le afectan. Pero más incitantes son las imágenes de los grandes murales de los templos, ya que increpan al observador a seguir su fe por mandato divino, lo que constituye un llamado al subconsciente que apela al raciocinio oculto del espectador.

Las imágenes de los templos de Madrid apelan a los más profundos sentimientos dormidos en el subconsciente, causando en muchos casos conmoción, excitación, paz, tristeza, pena, alegría, escalofríos, vértigo, constricción espiritual, deseos sexuales, temor, entre otros. Como es el caso del viacrucis al calvario de Jesús que se encuentra en casi todas las iglesias de Madrid. En relación a estos sentimientos emanados de las imágenes, Freedberg los relata así:

“Las personas se excitan sexualmente cuando contemplan pinturas y esculturas, las rompen, las mutilan, las besan, lloran ante ellas y emprenden viajes para llegar hasta donde están; se sienten calmadas por ellas y excitadas a la revuelta. Con ellas expresan agradecimiento, esperan sentirse elevadas y se transportan hasta los niveles más altos de la empatía y el miedo. Siempre han respondido de esta manera y aun responden así, en las sociedades que llamamos primitivas y en las sociedades modernas. En el Este y el Oeste, en África, América, Asia y Europa”.

Por ser depositarios de un enorme contenido visual y conceptual, muchos de los murales de Madrid tienen lo que se llama vida propia, que salen de las paredes o del lienzo con sus penetrantes miradas y nos hablan, nos invitan a caminar y a formar parte de sus penas y alegrías, nos ordenan asumir el rol que ellas juegan socialmente; son imágenes asociadas al culto de la divinidad y al estado perenne del compromiso con el clero. A este tipo de imágenes, Freedberg las llama imágenes consagradas, y se encuentran regularmente en el arte religioso; como en gran lienzo en el Museo Carlos de Amberes de Madrid/

Imagen 15/ Pintura en el Museo Carlos de Amberes de Madrid/ Rubens



El color juega un rol determinante en el muralismo, siendo utilizados conscientemente por los artistas madrileños para evocar profundos significados que concitan la atención inconsciente y sublime del espectador. En casi todos los murales identificados se puede observar que su aplicación está cargada de colores que psicológicamente apelan al sentimiento del espectador. Cada color utilizado en estos murales lleva consigo un mensaje indirectamente colocado en la génesis de sus trazos. Los colores más utilizados son: dorado, rojo, púrpura, azul, verde y negro. Teniendo estos un significado asociado a las imágenes.

El dorado simboliza la adoración y el culto a lo prohibido, a lo esotérico. La energía del rojo combina con la felicidad del amarillo. Ambos están asociados a la alegría, al sol brillante y al trópico. También representan el entusiasmo, la felicidad, la atracción, la creatividad, la determinación, el éxito, el ánimo y el estímulo. Siendo el naranja un color muy caliente produce sensación de calor. Si se observar detenidamente, este color produce la sensación de mayor aporte de oxígeno al cerebro, mostrando un efecto vigorizante y de estimulación de la actividad mental. En heráldica, el naranja representa la fortaleza y la resistencia, al tiempo que tiene una visibilidad muy alta, por lo que es muy útil para captar la atención y subrayar los aspectos más destacables, combinando la energía del rojo con la felicidad del amarillo. Si es naranja oscuro puede sugerir engaño y desconfianza, si es rojizo evoca deseo, pasión sexual, placer, dominio, deseo de acción y agresividad.

El rojo es el color del fuego y de la sangre, por lo que se le asocia al peligro, a la guerra, la energía, la fortaleza, la determinación, así como a la pasión, al deseo y al amor. Es un color muy intenso a nivel emocional, mejora el metabolismo humano, aumenta el ritmo respiratorio y eleva la presión sanguínea, por tener una visibilidad muy alta, por lo que se suele utilizar en avisos importantes, prohibiciones y llamadas de precaución. En publicidad se utiliza el rojo para provocar sentimientos eróticos. Símbolos como labios, uñas, zapatos, vestidos...de color rojo, son arquetipos en la comunicación visual sugerente. Se utiliza para indicar peligro por antonomasia. Al estar muy relacionado con la energía, es muy adecuado para anunciar coches, motos, bebidas energéticas, juegos, deportes y actividades de riesgo. En heráldica el rojo simboliza valor y coraje.

El púrpura aporta la estabilidad del azul y la energía del rojo. Está asociado a la realeza y simboliza poder, nobleza, lujo y ambición. Sugiere riqueza y extravagancia. También está asociado con la sabiduría, la creatividad, la independencia, la dignidad, la magia y el misterio. Hay estudios que indican que es el color preferido del 75% de los niños antes de la adolescencia. También representa la magia y el misterio en lo esotérico.

El azul es el color del cielo y del mar, por lo que se suele asociar con la estabilidad y la profundidad, también representa la lealtad, la confianza, la sabiduría, la inteligencia, la fe, la verdad y el cielo eterno. Es considerado un color beneficioso tanto para el cuerpo como para la mente. Retarda el metabolismo y produce un efecto relajante. Es un color fuertemente ligado a la tranquilidad y la calma. En heráldica el azul

simboliza la sinceridad y la piedad. Es un color frío, ligado a la inteligencia y la consciencia.

El verde es el color de la naturaleza por excelencia. Representa armonía, crecimiento, exuberancia, fertilidad y frescura. *Aunque para los Ufólogos y Demoniológicos, el verde es el color de la adoración a los dioses del inframundo y la oscuridad.* Tiene una fuerte relación a nivel emocional con la seguridad. Por eso en contraposición al rojo, se utiliza en el sentido de señalización; Tiene un gran poder de curación. Es el color más relajante para el ojo humano y puede ayudar a mejorar la vista, sugiere estabilidad y resistencia. En ocasiones se asocia también a la falta de experiencia para describir a un novato, se utiliza en varios idiomas, no sólo en español. En heráldica el verde representa el crecimiento y la esperanza. *(Una viva muestra de la gama multicolor en los muros de Madrid lo es la Imagen 16 en el salón Chaflán Museo del Cerralbo Madrid).* El negro representa el poder, la elegancia, la formalidad, la muerte y el misterio, es el color más enigmático y se asocia al miedo y a lo desconocido. También simboliza la autoridad, fortaleza, intransigencia. También se asocia al prestigio y la seriedad. En heráldica, el negro representa el dolor y la pena. Refiriéndose al estado mental que produce el color en las artes visuales, Abraham Moles/Luc Janiszewski, en sus escritos en la red lo plantean así: *“El color fabrica todo un universo imaginario. Nos hace viajar a la islas, nos sumerge en el mar o nos sostiene en el cielo”*. Grafismo Fundamental - Abraham Moles/Luc Janiszewski.

Imagen 16 / Pintura mural Salón de Chafflán Museo del Cerralbo Madrid



Génesis patológica en los murales de Madrid.

Hay murales que nacen patológicamente con mutación genética de su autor, que son un embrión manipulado por las células de sus creadores. Si un artista tiene una vida socialmente normal fruto de un hogar estable, es posible que sus creaciones respondan a esa condición de estabilidad, pero si por el contrario existe algún trauma familiar desde su infancia, entonces veremos obras que reflejan las frustraciones de su pasado aunque su consciente no lo asimile a la hora de crear la obra pictórica. Por este hecho son conocidos varios casos de artista que cometieron verdaderas locuras artísticas en el transcurso de su carrera, tales son los casos de ***Vincent Van Gogh***, que durante parte de su vida sufrió una enfermedad maníaco depresiva. Fue un desconocido que en su vida de artista no gozó de mucha popularidad hasta su muerte. Su infancia y toda su vida fue un desastre, así lo transcribió en todas sus obras. Otro caso es el de Séraphine Louis, huérfana desde el inicio de su infancia, tímida y muda, se dedicó a la servidumbre desde temprana edad, comenzó su vida artística en la madurez, todas sus obras fueron un fracaso, pues eran un retrato de su miseria espiritual y de la desdicha de sus vivencias.

Un caso muy singular es el del esquizofrénico depresivo ***Edvard Munch***, quien además de alcohólico padeció de tuberculosis. En su hoy célebre obra “El Grito” dejó estampada la desgracia de su vida. ***Adolf Wölfli***, quien tuvo una infancia traumática, fue víctima de abusos sexuales y también abusó sexualmente de menores, por lo que pasó mucho tiempo en prisión. Wölfli es el más legítimo representante del “arte enfermo” (***art brut***), experimentos a enfermos mentales a través de los cuales los

usaban sus talentos artísticos poniéndolos a pintar a su libre albedrío para sacar conclusiones sobre sus enfermedades. De ellos sólo se obtuvo dolor reprimido, pero hoy en día sus obras valen millones. Cabe decir que Wölflí tenía formación artística. Le sigue **Josef Förster**, este singular artista vivió toda su vida recluido en un manicomio, realizó varias obras consideradas terroríficas por sus propios médicos, que hoy en día son colecciones y piezas de gran valor, según los críticos europeos. Existen decenas de artistas que estamparon con su pincel el desaliento de su desgracia, traumas y desdichas.

En los murales de Madrid también se observan algunos episodios de los traumas emocionales de la infancia de sus autores, y no es casualidad. En las calles de la metrópolis hay murales, que si los observamos detenidamente, se ve en ellos una historia narrada de las vivencias de sus autores, (*Imágenes 17-18*). Investigando un poco se puede discernir que los autores de estos murales han reflejado algunas vivencias de su pasado reciente. Pero este no es el único caso, algunos de los muralistas madrileños son homosexuales, dejando plasmado en sus realizaciones claros indicios de su preferencia sexual, pero no son homosexuales por decisión, si no que hay en ellos influencias no deseadas y es posible que hubiera algún trauma sexual en su subconsciente.

En la sicología básica, los psicólogos realizan un test sencillo a los paciente poniéndolos a realizar algún dibujo, el que el paciente desee, lo único que les proporcionan es un pedazo de papel y un lápiz, y aun no teniendo éste ninguna experiencia artística su dibujo puede narrar historias del pasado y del presente al profesional que realiza la prueba. El test del muralista madrileño lo auto realiza el mismo, pocos pueden discernir sobre los verdaderos rasgos de la historia oculta que cuentan, sin embargo, una forma sencilla de conocerlos a través de sus trabajos sería ver la gama de colores que utilizan, la composición

y estructura con que son ilustradas las imágenes, es decir, si son cuerpos grotescos y deformados, si utilizan elementos de la naturaleza, o si esas imágenes sólo son un montón de marañas indescifrables, entonces no sería tan sencillo para la persona común descubrir lo que nos cuenta.

Imágenes 17 Mural por Borondo (*Art Burt*)



Imagen 18 Mural en barrio Tetuán de Madrid/Borondo



Sin embargo, hay imágenes que han pasado a la historia por su indescifrable contenido en el que el artista simplemente ilustra situaciones y personajes que hasta la fecha son un enigma para la ciencia, como se puede observar en los cuerpos deformados con aspectos demoniacos del célebre Francisco Goya (*Imagen 19*). Los críticos de arte simplemente no han dado con el porqué de estas imágenes fantasmales, siendo Goya el pintor de la iglesia en tiempos de la inquisición.

Imagen 19 / Dios Cronos devorando a uno de sus hijos/ Goya/ Serie de Pinturas Negras.



También están los rostros grotescos de Leonardo, que son aún más enigmáticos, pues Leonardo también fue pintor oficial del Vaticano y sus obras exponen la grandeza sacrosanta y el poderío absoluto de la Iglesia. Leonardo fue un científico muy connotado, quizás sus conocimientos en ciencia y arte siguen estando muy por encima de la ciencia moderna, pues hay que mencionar que muchos de los inventos que han revolucionado la historia fueron tomados de los bocetos que realizó Leonardo. Desde el punto de vista psicológico los rostros grotescos de Leonardo fueron una burla a sus patrocinadores, pues Leonardo dedicó toda su vida a realizar inventos y experimentos al margen de las disposiciones y las leyes de la iglesia, poniéndose incluso en riesgo él mismo. Hay algunos murales con cuerpos deformados e imágenes fantasmales que aludan al ocultismo o al inframundo en algunos de los murales de Madrid identificados al momento de realizar esta investigación, en otros se puede observar claramente que hay imágenes censurables desde el punto de vista de los intereses monárquicos y políticos.

El ayuntamiento de Madrid tiene brigadas especiales para borrar estas imágenes y perseguir a sus realizadores hasta llevarlos a la justicia. Un caso muy sonado es el del muralista Borondo, quien fue multado por las autoridades municipales de Madrid con 3.000 Euros por intervenir sobre la fachada de una de una vieja casa abandonada.

En su libro PATOLOGÍAS DE LA IMAGEN, Román Gubern, hace un recuento de las imágenes más controvertidas desde principios de siglo hasta la época contemporánea; Según él los más ofendidos fueron y han sido siempre los gobiernos, monarcas, políticos y la iglesia, pues son el blanco de los artistas para satirizar y hacer representaciones que ridiculizan estas personas e instituciones. En algunos casos estos murales afectan la dignidad de los que no tiene nada que ver con los conflictos sociales. *Imagen 20.*

Así lo expone Gubern: *“La lista de imágenes prohibidas o perseguidas a lo largo del siglo XX llenaría varios gruesos de volúmenes, que iría desde inocentes Pin-ups a los desnudos sofisticados de Robert Mapplethorpe, pasando por fotografías y caricaturas de políticos y un sin número de estampas religiosas o anti religiosas”.*

Imagen 20/ Mural que ofende la dignidad de la niñez/ David Esteban y Sergio González



Las tecnologías han jugado un papel influyente en la realización de los murales en Madrid. Siendo los muralistas de la época actual y contemporáneas relativamente jóvenes, en la media entre 21 y 34 años, hay en ellos también muchas influencias tecnológicas, es decir, la mayoría de ellos están permanentemente conectados a dispositivos electrónicos y navegan por páginas dedicadas al arte para ver las nuevas tendencias de la pintura a nivel global. En sus murales se pueden ver imágenes que son sacadas de Internet, y las manipulan para disfrazarlas un poco. La mayoría de los muralistas jóvenes bocetan o bosquejan sus trabajos con software de manipulación fotográfica, como PhotoShop e Illustrator. Su estilo de vida trivial los hace pensar digitalmente, así que plasman ilustraciones del modo en que viven y piensan, condicionando su cerebro a las tendencias impuestas por las tecnologías.

Nicholas Carr, en su libro *SUPERFICIALES* nos hace una panorámica general y detallada de las funciones del cerebro humano, demostrando claramente con los argumentos de los grandes científicos de la neurología moderna, las influencias que puede ejercer la tecnología informática en el acondicionamiento de las habilidades de los seres humanos y especialmente en niños y adolescentes como los más susceptibles por el uso continuo del internet. Por eso, en principio, la lectura de *SUPERFICIALES* parecería un texto de neurociencia pura, sin embargo el autor simplemente intenta reorientarnos dándonos a conocer los cambios, transformaciones y evolución del único gran ordenador casi perfecto e inigualable, “El Cerebro humano.” Los experimentos realizados por los estudiosos de la maravillosa ultra estructura neuronal han demostrado que el uso proliferado de internet está reemplazando e inhibiendo las capacidades creativas del ser humano,

limitándolos a la simpleza de la inmediatez y la conformidad del resumen, manipulando las incalculables reacciones de creatividad a las que puede llegar el ser humano, pero internet nos está llevando a ser “seudo-intelectuales”, lo que desde el punto de vista científico son argumentos muy válidos. Sin embargo, desde la óptica pragmática, el uso adecuado de las herramientas de internet maximiza nuestra capacidad para acelerar el dominio de las informaciones necesarias para mantenernos orientados. Por estas razones algunos muralistas jóvenes reflejan minimalismo en sus obras, en algunos casos hay simplicidad, pareciendo que carecen de creatividad e ingenio al crearlos.

Modus vivendi y formación profesional de los muralistas Madrileños

Entre los muralista madrileños, se puede decir que pertenecen a la más variada y diversa clase social. Entre ellos los hay aristócratas, quienes en su gran mayoría son los que realizan trabajos para la iglesia, habiéndose formado en España y otras universidades Europeas. Hay mucha identidad entre ellos y el clero, no son personas comunes, de hecho algunos son sacerdotes, diáconos, y coordinadores de ministerio dentro de la iglesia católica. Este segmento de artista frecuenta museos y galerías de todo el mundo, son invitados con frecuencia a dictar charlas y conferencias localmente y en otros países. Están muy bien pagados, por eso llevan un buen estilo de vida, son estudiosos y lectores innatos, les gusta viajar y conocer lugares sacrosantos.

El muralista madrileño de edad joven en su mayoría estudia o estudió artes plásticas, realiza este trabajo como práctica personal para adquirir experiencia y sobre todo para expresarse por medio de la pintura. Aunque alguno de ellos es de clase social media, la mayoría procede de los barrios populares de Madrid, es un bohemio por condición y convicción, le gusta beber, no tiene ningún prejuicio con la diversidad de género o la diversidad funcional. Le encantan las fiestas, giras y el turismo interno, entre otras actividades de ocio. Sus trabajos son bien valorados por los madrileños, pues trabajan en acuerdo con fundaciones, y en algunos casos con las autoridades de la Comunidad de Madrid y ONGs. El pago de su trabajo depende del presupuesto de sus contratistas. El muralista empírico,

muy común entre ellos, es aquel que conoce todas las técnicas y aplicaciones de las artes plásticas aprendidas con la práctica formado en la “universidad de la vida”, es muy poco contratado, pero no le importa pues esa no es su principal fuente de ingresos, casi siempre se dedica a otras actividades para mantenerse.

También nos encontramos con el muralista ligado al bajo mundo, este es un personaje asociado a bandas juveniles cuyo trabajo artístico consiste en oponerse al sistema y lo hace mediante el embadurnamiento de paredes en lugares abandonados o poco visibles, proviene de todos los niveles y clases sociales y la única paga que recibe es la persecución de la policía por la ilegalidad de sus realizaciones. Estos son los llamados grafiteros.

3.6 Recursos Persuasivos en el Lenguaje Gráfico de los Murales de Madrid: Su Estética y Temática Social.

A lo largo y ancho del centro de Madrid hemos identificado decenas de murales que adornan las paredes, ventanales y techos de las iglesias con sus suntuosas piezas de arte pictórico a gran escala. Paredes de edificaciones públicas, laterales de edificios de viviendas, clubes, escuelas, parques o cualquier espacio considerado ideal por los artistas urbano es intervenido para forjar con pintura acrílica, óleo, hormigón, ladrillos, cerámicas u otro material reciclable la intervención artística para contarnos algo o hacer referencia a algún hecho acontecido en el pasado o de actualidad. A pesar de las inclemencias del tiempo y de las jornadas de limpieza del ayuntamiento de Madrid, sobreviven una gran cantidad, de los cuales

hemos considerado para nuestro análisis aquellos que tienen mayor visibilidad, estética, contenido temático y simbología subliminal.

La publicidad es la herramienta comunicativa utilizada por las tiendas, restaurantes y talleres, entre otros, para promocionar y dar vida a los locales que los alojan, de estos, como referencia hemos identificado los más vistosos e impresionantes. Muchos parques madrileños son el albergue de descanso de indigentes, alcohólicos y yonkis y utilizan estos espacios para realizar todas sus actividades, incluyendo su uso como residencia permanente. Estos parques son lugares hostiles, y, por ende, los sitios preferidos por los grafiteros para realizar sus trabajos artísticos y de embadurnamiento que proliferan donde quiera que haya un milímetro donde rociar el spray utilizado. Son tantos los Grafitis en Madrid que sería casi imposible identificar todos, pero en la investigación realizada hemos escogido los que tienen mayores niveles de estética y su contenido es visualmente menos ofensivo.

Al observar contemplativamente esta expresión genuina del arte pictórico en todas sus manifestaciones temáticas y técnicas cóncavas utilizadas por manos profesionales, por empíricos y la inexperiencia de conciencia crítica por parte del adolescente inadaptado, nos damos cuenta que tienen niveles de calidad visual y conceptual muy diferentes entre ellos, pero con líneas de comunicación similares para decirnos algo. El arte del mural popular y urbano de Madrid nace y no se reproduce, simplemente muere por razones muy obvias. La primera que está desprotegido a la merced de los elementos, no así el que está en el interior de las iglesias que es protegido y

retocado por su realizador permanentemente, a muchos de ellos no se les permite acercarse y en muchos casos tampoco hacerles fotografías. Los murales publicitarios son cuidadosamente realizados por profesionales del pincel, estos tienen técnicas mixtas y se retocan permanentemente, pues son el rostro de algunas empresas madrileñas, pero también mueren o son sustituidos por el cambio y tendencias de la temporada.

La mayoría de los murales que hemos identificado en Madrid son el resultado de la planificación de sus realizadores, ya sea por decisión propia o por el encargo de una institución, el muralista casi en todos los casos estampa sus caprichos, su sentir, sus sentimientos para decirnos algo que poco tiene que ver con la realidad que percibe la gente común, pero que alberga un multilinguaje perceptivo cargado de simbologías sociales, religiosas y hasta delincuenciales. El arte mural en Madrid es producto del compromiso social de los artistas visto desde su óptica, que puede ser profunda, sencilla, deliberativa, egocéntrica, mística, trivial, etc., y que finalmente muchos de estos mueren por desgaste visual o conceptual. Muchas veces son apartados de los altares porque la filosofía y conceptos fueron sustituidos por otros y ya no se corresponden con las doctrinas de la actualidad.

El filósofo y catedrático universitario **Félix de Azúa**, da una clara lectura a lo que hemos llamado la muerte de los murales de Madrid, cuando en su obra *Diccionario de las Artes* nos dice: “Sin embargo, la muerte del arte no es un suceso fúnebre, sino más bien todo lo contrario, ya que libera múltiples actividades, espectáculos, estúpidas juguetonas, políticas

sorprendentes, cretinas, pretenciosas, ingeniosas, insignificantes profundas, conmovedoras, miméticas, imbéciles, sublimes, aburridas, comerciales, curiosas, triviales, o sensacionales que siguen aquellos que se dedican a las artes”.

Cada mural que aun vive en las paredes de la capital española tiene una razón de ser, tiene un origen, una causa que provocó su existencia. Por alguna emoción objetiva o subjetiva de su autor, por alguna ilusión esotérica o claramente visible, los murales de Madrid representan de alguna forma las tendencias y modas de sus épocas y sus formas aluden al lenguaje utilizado a la hora de crearlos, su contenido, imágenes, colores, texturas, iconos y textos que simbolizan el egocentrismo individual o grupal del artista.

Félix de Azúa Comella, Filósofo, escritor y catedrático Universitario, de Azúa hace labores de periodista y ha escrito para varios periódicos españoles como el país. Ha publicado los libros de poemas Su poesía está reunida, hasta 2007, en Última sangre. Ha publicado las novelas: Las lecciones de Jena, Las lecciones suspendidas, Última lección, Mansura, Historia de un idiota contada por él mismo, Diario de un hombre humillado (Premio Herralde), Cambio de bandera, Demasiadas preguntas y Momentos decisivos.

Las razones por las que los artistas han dejado plasmada su estampa en las paredes, techos y ventanales de las iglesias de Madrid están evidentemente claras, la primera es meramente económica, ellos reciben un pago por sus trabajos; la segunda es su férrea devoción y compromiso con la fe que ellos mismos profesan a través de sus trabajos, también reciben un claro mandato de sus contratantes para pintar lo que los visitantes y feligreses tienen que ver, no lo que deben y necesitan saber de la historia pasada y reciente del origen y nacimiento de la religión católica.

Pero finalmente el artista realiza un trabajo que está por encima de los intereses de quien lo contrató, en el dejó plasmado ocultamente sus deseos más impuros. Así lo podemos observar en la obra de Leonardo Da Vinci “La última cena” encargada por el duque Ludovico Sforza de Milán, y pintada en el refectorio del convento dominico de Santa María de Grazie en Milán Italia, y que según el escritor británico Dan Brown, ese mural está cargado de simbología oculta con una serie de paradigmas enigmáticos y secretos que la iglesia ha ocultado sobre la vida de Jesús, así lo narra Brown en su libro El Código Da Vinci. En cierta forma para entender las pretensiones de dan Brown habría que conocerlo a él y ver qué es lo que realmente persigue con esta polémica y atrevida publicación que desvela, según él, la evidencia la vida un mser humano muy normal. Está muy claro que la razón por la cual Leonardo dejó un sin número de claves ocultas en el mural, fue para provocar que algún curioso escudriñara con su ingenio, tratando de descubrir el laberinto que lleva a lo desconocido de esa trascendental obra de arte.

En Madrid, encontramos visibles ejemplos similares al trabajo de Leonardo, tal es el caso del gran mural que decora toda espacio de adoración de la Capilla del Santísimo en la Catedral de la Almudena (*Imágenes 21-22*), allí se puede observar un espacio suntuoso y sagrado para que los creyentes eleven sus oraciones y adoren devotamente al Espíritu Santo con la paz y la tranquilidad que ese majestuoso lugar espiritual ofrece. Pero, ¿qué es lo que hay detrás de los trozos de mosaicos que componen la estructura iconográfica y lingüística del mural? Para responder esta pregunta necesariamente hay que conocer su autor, se trata del Padre jesuita Marko Iván Rupnik, quien es el autor de esta suntuosa obra. Éste célebre sacerdote es filósofo, graduado en la Academia de Bellas Artes de Roma, teólogo y experto en el significado teológico del arte moderno a la luz de la teología rusa. El padre Iván tiene un vasto conocimiento del significado semiológico del arte religioso, en pocas palabras, su talento y experiencia está a la altura de muchos grandes de la edad de oro del arte religioso: El Renacimiento. En su obra de la capilla de la adoración predominan los tonos pasteles, que a su vez son iluminados con el dorado resplandeciente y las degradaciones amarillentas resaltados en relieves de finas cerámicas, mármol y piedras escarlatas. Estos colores son símbolo de la fortaleza espiritual y sublimidad eterna que representa la fe católica. Las imágenes son una clara representación de la vida, muerte, resurrección y ascensión de Jesús y su poderío eterno al lado del creador omnipotente y todopoderoso. En el lateral derecho del mural aparece una gran imagen de Jesús realizando el conocido milagro de los panes.

Lo que resulta contradictorio de la pieza es que el artista trabajó la imágenes anacrónicamente (las heridas de la lanza de Longinos y las heridas de los clavos en pies y manos no se corresponden con el milagro de los panes, todos sabemos que su muerte fue posterior al milagro) lo que podría significar que artista está manejando el lenguaje visual anacrónico con la intención de colocar a Jesús por encima de toda ley física en el tiempo y el espacio.

Algo muy notable en todas las imágenes son los ojos de los personajes del mural, representados en color negro que cubre todo el óvalo ocular interior. Se justifica que en la agonía y crucifixión haya melancolía y sufrimiento, sin embargo no sabemos porque el artista representó el nacimiento y el milagro con ojos de sufrimiento.

En esta majestuosa obra de la plástica contemporánea del padre Iván, hay en sus imágenes una historia de la cual nos atrevemos a descifrar su significado más allá de la estética, para ello nos haremos y responderemos varias preguntas: ¿por qué siendo el nacimiento de Jesús un acontecimiento que debería provocar alegría en José y María, sus rostros lucen desvalidos y tristemente agonizantes? ¿Por qué hay en las escenas un ambiente sombrío y melancólico si se supone que el nacimiento del redentor es el inicio de la era del advenimiento y del gozo de los católicos? ¿Por qué el penetrante negro en los ojos de todos los personajes del mural? ¿Acaso el padre Iván con sus amplios conocimientos en arte, filosofía, teología, semiología y religión no se percató a la hora de realizar este mural que su trabajo en vez de estimular la fe la contrista? Vamos a responder estas interrogantes

parafraseando e interpretando los conceptos y enunciado expuestos por **Peter Osborne**¹ en los escritos de su *libro* “**El arte más allá de la estética: Ensayos filosóficos sobre arte contemporáneo**”, cuando dice: *“En su forma básica fenomenológica e histórica, la temporalidad de lo moderno se distingue así del tiempo cronológico objetivo consistente en la sucesión de instantes homogéneos –El llamado tiempo físico cosmológico-con el que no puede confundirse; En particular la idea de lo moderno implica un sentido del presente como nuevo, de forma más específica selecciona desde el presente las cosas nuevas y las convierte en constitutivas de su significado histórico, o de lo que se podría llamar el presente histórico mismo; por tanto lo moderno depende de cierta lógica temporal de negación que, al dividir el presente desde dentro, hace que lo moderno sea un término crítico, inherentemente subjetivo y valorativo, ya sea valorado favorablemente, como aun suele serlo hoy en día, o desfavorablemente como solía sr antes del siglo XIX”*.

En su trabajo sobre “**Iconografía Religiosa**” (Recurso Electrónico) la investigadora Natalia E. P. Melo Maturana define estos conceptos y situaciones de la siguiente manera: *“La función y el grado en el que las imágenes sagradas son utilizadas o permitidas y si estas son utilizadas con propósitos ornamentales, instructivos, de inspiración, dependerá de los estatutos o mandamientos de la religión a la cual pertenezcan; Estos diferentes objetos o representaciones pueden ser de vez en cuando hasta de bajo valor estéticos. Pero a pesar de su simplicidad pueden logra inspirar entre los fieles grandes obras, adquiriendo en ocasiones cierta importancia canónica y llegando a ser clasificado como grandes obras de artes”*.

Peter Osborne¹, Profesor de Filosofía Europea Moderna y director del Centro de Investigación en Filosofía Europea Moderna de la Universidad de Kingston , Londres . También un editor de la revista británica Radical Philosophy. Los libros de Osborne incluyen: The Politics of Time: Modernidad y Vanguardia; Marx; Arte Conceptual y Filosofía en la Teoría de la Cultura.

Imagen 21/Mural en cerámica/catedral de la Almudena/ Marko Iván Rupnik



Imagen 22/Mural en cerámica/catedral de la Almudena/ Marko Iván Rupnik



Los murales publicitarios de Madrid ofrecen al transeúnte una visión muy agradable, con un sentido visual y conceptual muy persuasivo, pues sus objetivos y propósitos son para estimular el hábito de consumo entre segmentos determinados, de ahí su patrón multicolor en técnicas mixtas de acrílico, óleo y sobre todo una multi gama de pintura en spray que los hacen muy llamativos. Hay tres grandes murales que se encuentran en Gran Vía - Plaza de España, (*Imagen 23*) veremos ejemplos que testifican nuestras afirmaciones. El primero se trata de la promoción de una bebida tónica y gaseosa, en la que su realizador usa un personaje de renombre en el arte -Dalí- combinado con los grandes edificios de la avenida. Otro representa a un trabajador sosteniendo simbología cubista. En ambos el muralista hizo uso del lenguaje subliminal figurativo, les insertó órganos sexuales que a simple impresión no se verían, pero en la observación detenida que le hemos hecho quedaron al descubierto (*Imagen 24*). Este tipo de recurso de relacionar la publicidad con sexo es muy usado en bebidas de todo tipo, comida rápida y cigarrillos, y aunque los ojos del espectador no lo perciben a simple vista, su subconsciente lo asimila, de forma que cada vez que consume estos productos y servicios el cerebro manda señales a través de los neurotransmisores que le induce al deseo sexual y viceversa. Próximo a Gran Vía encontramos el tercer ejemplo, un gran mural que decora todo el frente de un cabaret, la ilustración es una estructura de repetición geométrica que también alude al sexo como elemento persuasivo semi oculto (*Imagen 25*).

Imágenes 23-24-25/ Murales en gran Vía Madrid



Imagen 24



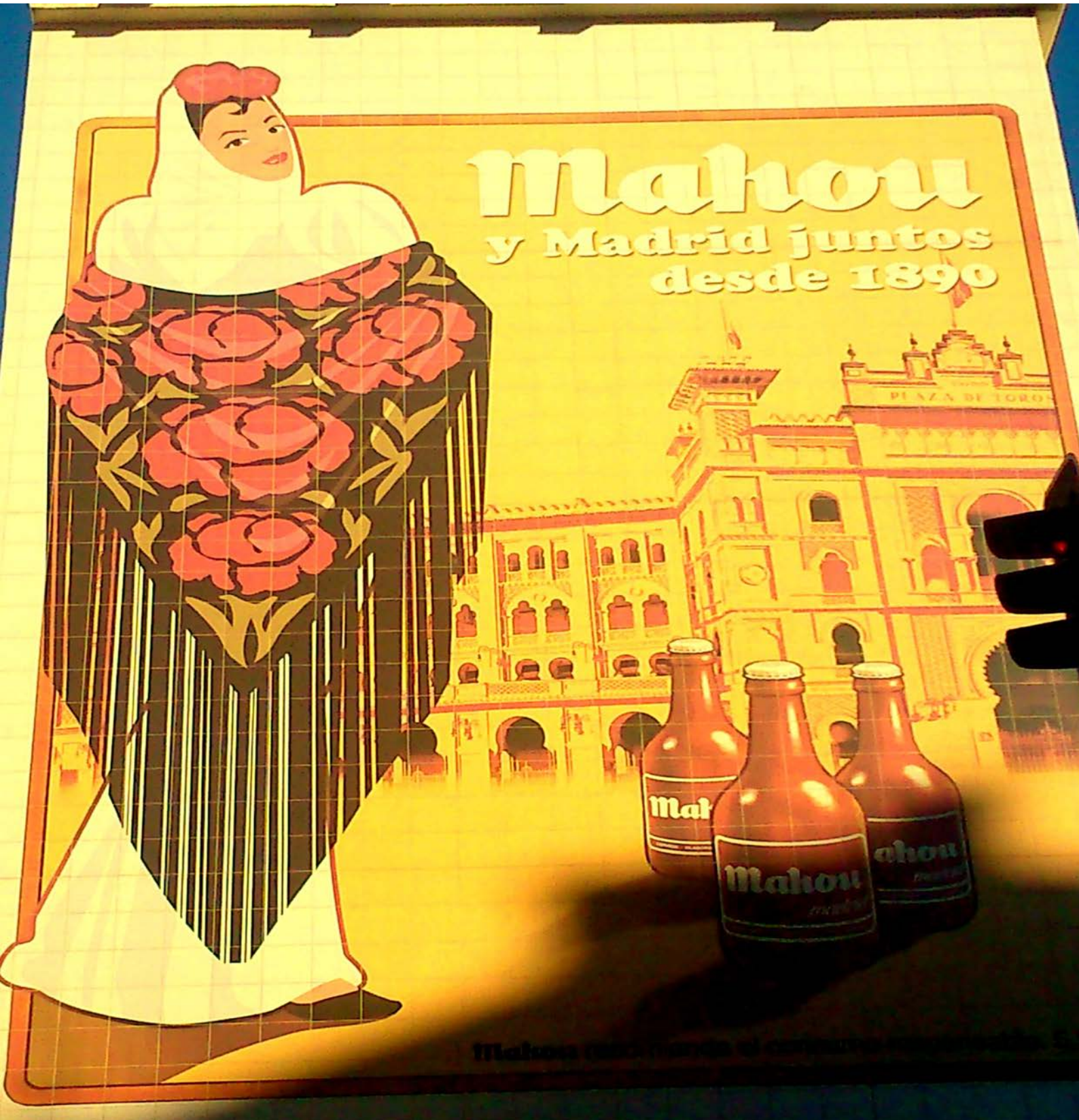
Imagen 25/ Cabaret próximo a Plaza de España



Hay un enorme mural en cerámica ubicado en la c/ Francisco Silvela - metro Diego de León, que promociona una cerveza (*Imagen 26*), en este se observa algo atípico, publicitariamente hablando, en ese tipo de promociones, quizás para llegar a aquel público tradicionalmente cervecero y de edad madura, pues aquí se observa la figura sonriente de una mujer vestida formalmente con traje tradicional Español. Esto ha sido a propósito para connotar el compromiso de la marca con el consumidor que no le interesa el morbo sexual, sino el consumo responsable del producto.

En la Avenida Cuesta San Vicente hay uno muy llamativo conformado por figuras geométricas – pentágono y octágonos- cargado de coloridos que combina los colores primarios con sus respectivos complementarios. En el mismo hay alusión al morbo sexual con la representación de espermatozoides que corren hacia lo que podrían ser óvulos. Cabe decir que en España no hay ningún tipo de prohibición legal ni mala valoración ética en el uso del morbo para promocionar productos, bienes y servicios. -Este mural sólo es visible cuando el bar está cerrado, pues fue pintado en la puerta que es enrollable.

Imagen 26



El publicista José Jesús Vargas Delgado¹, en su libro: “*Análisis de la Comunicación Publicitaria Gráfica*”, aporta claras ideas, conceptos, fenómenos y matrices que componen la herramienta comunicacional de la publicidad. Cito: “*Y ante nada la atención, el primer punto fundamental para que el mensaje pueda llegar de alguna manera al receptor, es el objetivo de la atención, el primer elemento de análisis dentro de la eficiencia de la comunicación publicitaria, sin llamar la atención al receptor, no podemos ninguno de los demás elementos; si el público objetivo o los receptores de nuestra campaña, miran nuestras piezas pero en realidad no la ven, u oyen nuestra campaña pero no la escuchan, nos perdemos en el abismo de la comunicación. De esta forma la eficacia no tiene cabida ni posibilidad alguna*”.

Los murales temáticos y de contenido social en Madrid representan un gran porcentaje de todos los identificados, debido a que los muralistas urbanos son mayoría en la capital española. Hay variedad temática en sus producciones, pero todas son el anuncio de acontecimientos, la denuncia de algo y la oposición al gobierno o a los empresarios, el apoyo a la diversidad sexual, el rechazo a las medidas consideradas por el muralista como antipopulares, o simplemente el sentimiento egocéntrico y rebelde del artista. En el edificio de la Tabacalera en Embajadores hay una secuencia de murales que cubren sus paredes, en particular hay tres de ellos que son una viva representación de la actual Crisis económica y de valores por la que atraviesa la sociedad.

José Jesús Vargas Delgado¹, Director del departamentito de publicidad de la Universidad Europea de Madrid, Ha publicado 10 libros del tema relacionados con la comunicación integral.

Otro de ellos es el rostro despedazado de un joven adulto a través de un espejo, el espejo es el de la vida y cómo la ve pasar sin esperanzas por la falta de oportunidades y por el deterioro de la economía y los valores sociales. (*Imagen 27*). Otro de los murales contrapone la vejez de un hombre con el rostro de “carita feliz” pintado en su camiseta, lo que representa la hipocresía de la vida y el descuido y situación que viven una gran mayoría de los españoles que se hacen viejos (*Imagen 28*). Hay otro muy expresivo, donde el artista deja ver claramente la situación de desahucio que están viviendo miles de familias, es un obeso tirado en los edificios, haciendo alusión a la desnudez y desgracia de esas familias ante las manos inhumanas de los bancos y la mirada desinteresada del gobierno.

Imágenes 27-28

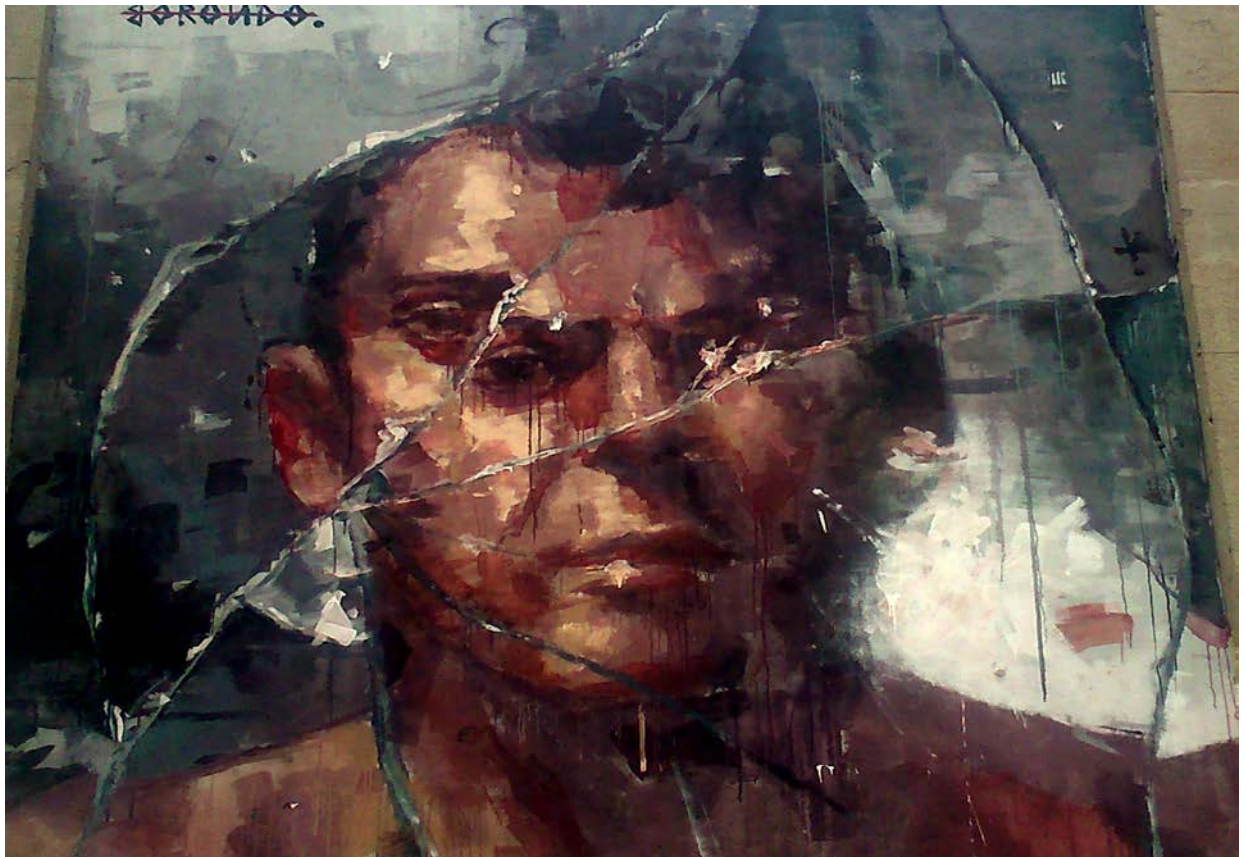


Imagen 28/en pared Ronda de Atocha/ Autor Joni Punto



El grafiti es la estampa, y uno de los ocios de muchos de los jóvenes que se entretienen haciendo lo que sea para llamar la atención en Madrid, es el arte de la marginalidad y la rebeldía, cuyas causas son el descontento y el deseo de ofender a la sociedad que los repudia y los excluye por su comportamiento y su estilo de vida opuesto a toda realidad cívica, pues tienen su propia realidad que es burlarse y reprocharle su apatía al mundo que le rodea dentro de su submundo. En Madrid estos grafitis son mucho más numerosos que todos los otros murales identificados. En particular, hemos escogido los más llamativos por su colorido y temática, aunque no ofrecen nada en especial, son los que más se acercan al arte mural por su composición ingeniosa y la estructura que lo conforma.

Imagen 29/Grafitero en plena acción de su trabajo.



El grafiti tiene denominación de origen como el arte de la inmediatez y la inmadurez artística, es una mezcla de emotividad y rebeldía de jóvenes y adolescentes que se rebelan contra el sistema sin importarles las consecuencias de sus infracciones a las leyes municipales, violan todos los espacios a su alcance. Sus temas son los que les vengan en gana y sus técnicas generalmente con pintura de espray. En ocasiones hacen trabajos muy interesantes, pero al final lo que quieren es dejar sus huellas en las paredes para decirle a su competencia que sus trabajos son mejores. Sus trabajos no son para comunicar nada en específico, sino para burlarse del sistema.

Un caso muy especial son los murales infantiles, a estos hay muy poco acceso, pues están en el interior de los patios y salas de juego y tarea de los colegios. Hemos identificado los de la residencia estudiantil Valle Hermoso (*Imagen 30*).

Estos están pintados en el lenguaje de la inocencia y la sensibilidad, la dulzura, el apego a la naturaleza y la simbología sencilla de los niños. Aquí no hay ocultismo, pues sus realizadores son advertidos por sus contratantes de no hacer nada que confunda a los niños. Además son supervisados por el director o por alguna autoridad para verificar que todo se ha hecho por las vías correspondientes, sin que los murales reflejen ningún tipo de violencia o confusión.

Imagen 30/ Murales en Residencia Estudiantil Valle Hermoso



Imagen 31/ Murales en Residencia Estudiantil Valle Hermoso



Las exposiciones pictóricas en las estaciones del metro de Madrid son en su mayoría complementos que llenan espacios vacíos, pero que comunican el poderío y la fortaleza de la nación española, como es el caso del mural de la estación Avenida América. El artista representó la conquista del llamado Nuevo Mundo y el legado de sus influencias de identidad cultural indexadas en Latinoamérica (*Imagen 32*). Además, al ser esta una estación que comunica las rutas hacia las provincias turísticas de España, está muy claro que se quieren dar la impresión a los turistas que viajan a Bilbao, San Sebastián, Vitoria, Santander, Torre la vega, Reinosa, Aguilar de Campoo, Burgos, Aranda de Duero, Lerma, Bribonesca, Miranda de Ebro, Logroño, Soria, Medinaceli, Calatayud, Zaragoza, Tudela, Pamplona, Barcelona, Gerona y Tarragona. Esa historia no cuenta el mural en cerámica que se exhibe a la salida del metro.

Imagen 32/Metro avenida América/Madrid



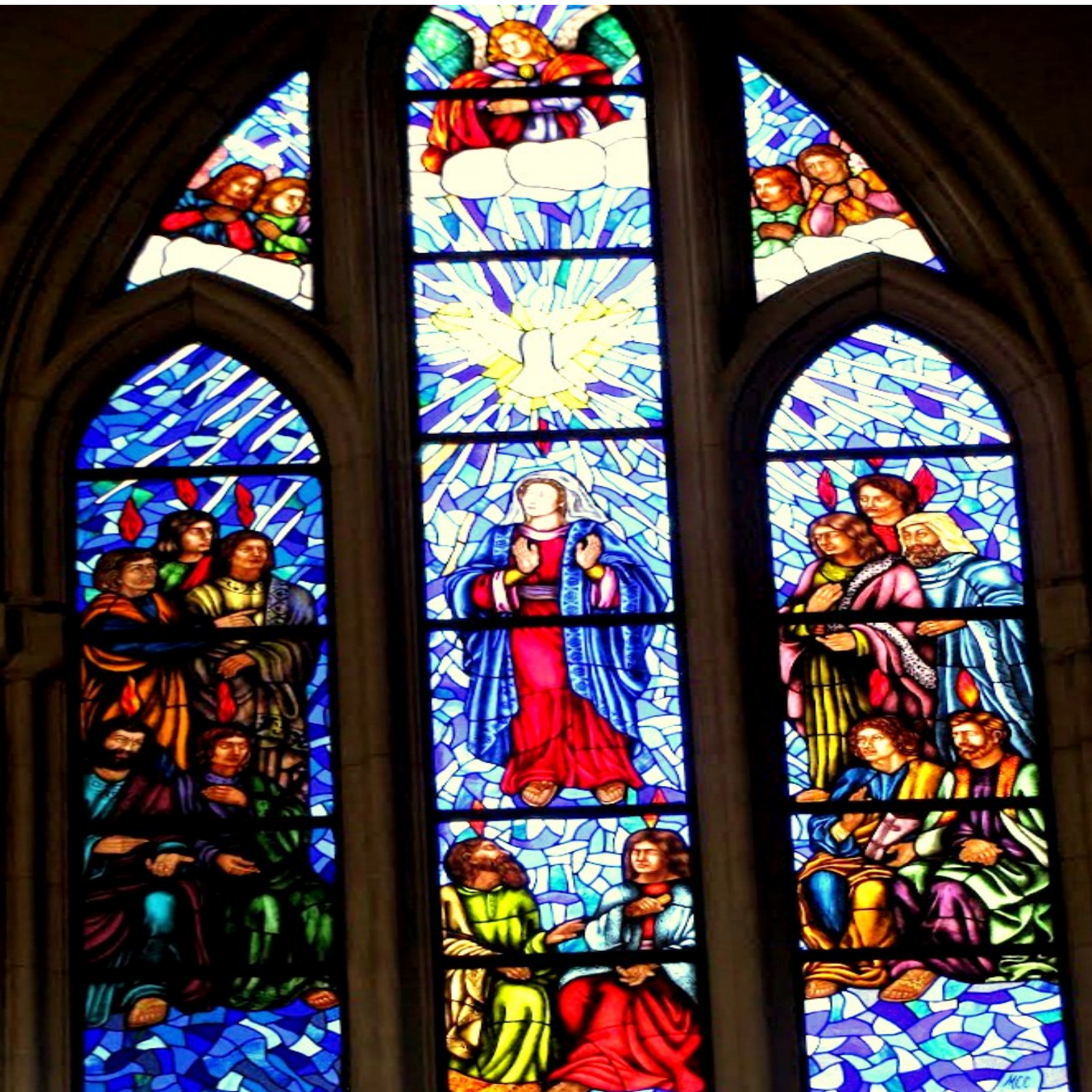
Otro impresionante mural es el que se encuentra en Metro Canillejas, realizado en alto relieve con un colorido que provoca la mirada de todo el que pasa por ahí. Al estar esta localidad en las afueras de Madrid, ya es un paisajismo para los lugareños, sin embargo impresiona al que lo ve por primera vez. Su simbología futurista representa la arquitectura moderna de la metrópolis, sus colores rojo carmesí aluden al tumulto arquitectónico y a la fortaleza de sus grandes edificios. Está hecho en ladrillo, hormigón y cerámicas, pintado en óleo y acrílico. Hay decenas de murales a lo largo de todas las líneas del metro, de los cuales identificamos los diez más atractivos y con simbología acorde con el espacio donde se encuentran (*Imagen 33*).

Imagen 33/Metro Canillejas en las afueras de Madrid



Como ya lo hemos señalado, hay diferentes tipos de murales con sus diversas técnicas, entre ellos unos más artesanales que arte plástica propiamente dicho; es el arte Vitral, trabajado en coloridos cristales cuyas formas se diseñan en papel como modelo, luego se unen con barras de plomo. En Madrid se encuentran en las grandes iglesias. Es un tipo de arte de estilo gótico que se usa como ornamento para iluminar palacios y catedrales, para resplandecer con la luz el entorno de sus paredes. Su simbología es totalmente religiosa con representaciones de la vida y muerte de Jesús, episodio de los apóstoles y Mesías. En Madrid, en su mayoría se usa la asimetría en figuras humanas para dar una impresión de arte medieval, en algunos casos, cubistas. Hay dos grandes ejemplos de vitrales en iglesias de Madrid, que son el de la parroquia del Buen Suceso y del de la Catedral de la Almudena respectivamente (*Imagen 34*); Ambos son resplandecientes escenas que marcan episodios y sucesos de los mártires católicos y cristianos.

Imagen 34/Mural en la Catedral de la Almudena



En varias iglesias madrileñas se encuentran un tipo de mural, que tiene las mismas temáticas, simbologías y repeticiones de figuras. Se trata del mural en alto relieve, estas creaciones causan una emotividad diferente en los espectadores, pues la figura humana es presentada en episodios de dolor y sufrimiento, y al ser tangibles y táctiles poseen realismo, estamos frente a lo que los artistas y críticos le llaman Naturaleza Muerta.

Una de estas grandes representaciones artísticas en alto relieve, pero con un contenido diferente, está en el edificio que aloja las oficinas del Ministerio de Industria, Energía y Turismo, este gran mural de los artistas Viola y Galdeano (*visto ya en pág. 53/imagen 9*), representa la fuerza de la energía conquistada y creada por las manos del hombre, el esfuerzo del hombre trabajador que forja a través de la colaboración y el apoyo del Gobierno las grandes industrias. Este enorme trabajo está realizado en materiales similares a los otros mencionados, el reciclaje de piezas como ladrillos, cerámicas y hormigón pintado en óleo y acrílica. Sus figuras parecen haber salido de la metafísica en el pensamiento egocéntrico de sus creadores, que es lo que el diccionario de las artes (**Félix de Azúa**) define como Desintegración del Arte con la abstracción de materiales.

“Que el mundo del arte ha en la dirección del acabamiento del arte no si no una deriva paralela del improbable proceso hacia la irresponsabilidad del poder económico. La desintegración formal de las artes en la segunda mitad del siglo XX se corresponde con la desintegración económica que guardaba alguna relación con el mundo físico.

4 CONCLUSIONES

4.1 Identificación de los Murales

Entre los más de 200 murales que hemos identificado y analizado, el 40% son de temática religiosa el 20% de comunicación publicitaria, el 30% de contenido y temática social y el restante 10% son grafitis con características de murales. Cada uno de ello es una legítima expresión y un desprendimiento creativo de su autor, las temáticas son también una especie de trayectorias y vivencias del propio artista y del segmento social al que está vinculado. La calidad estética en sus aplicaciones se puede considerar buena, y las técnicas empleadas están manejadas con profesionalismo, lo que nos lleva a concluir que la mayoría de los muralistas madrileños poseen formación académica y una vasta experiencia empírica. De los grafiteros no podemos decir lo mismo, pues como hemos señalado anteriormente, este es un tipo de arte marginal y subversivo, una expresión del desacuerdo y del vandalismo común, del estilo de vida trivial y vanguardista de algunos artistas urbanos. ***Por lo que podemos decir que la investigación ha cumplido los objetivos propuestos como marco referencial de identificación de murales para la realización del trabajo.***

Entre las técnicas utilizadas en interiores predomina el óleo, los vitrales, cerámicas, relieves de madera y yeso. En los murales de exterior se han utilizados técnicas mixtas como el acrílico, óleo, hormigón, espray, cerámicas. Los lugares intervenidos por los muralistas son: iglesias, paredes de edificios gubernamentales, parques, colegios, clubes, estaciones del metro, universidades, etc.

Entre los murales más destacados y con mayor visibilidad podemos decir que son los de las iglesias, estaciones del metro y alguno de carácter publicitario, sin dejar de mencionar el colorido de varios murales hechos por grafiteros. La ausencia de espacio para la realización de murales es el principal problema que enfrentan los muralistas, pues las leyes municipales prohíben pintar los espacios públicos a menos que no sea de carácter informativo o como atracción turística. Otro gran problema que afecta a los murales es el mantenimiento y restauración, pues las inclemencias de los elementos deterioran y acaban con la vida útil de estos, sin dejar de mencionar que muchos de ellos son “atacados”, embadurnados con grafitis que deslucen y borran el contenido de los murales.

Las paredes y espacios públicos de la gran metrópolis de Madrid están sometidos a la intervención artística de los muralistas urbanos, que sin mediar consultas realizan sus trabajos al margen de la armonía requerida por el tipo de arquitectura, sus trazos ornamentales y colores hacen ver la ciudad cóncava por la desigualdad entre el diseño estructural y el colorido de los murales. No todos los muralistas madrileños tienen el mismo nivel de conciencia cultural y la formación intelectual para hacer llegar sus mensajes, a los muralistas callejeros lo único que le importa es expresar su sentir y punto de vista en relación con el tópico que entienden de su interés.

Los muralistas que hacen de este oficio su *modus vivendi*, ganándose la vida con la paga o encargo de los empresarios de Madrid, realizan trabajos de mucha calidad visual y con un contenido publicitariamente comunicativo y muy estético. En una de las principales avenidas del centro

de Madrid, nos encontramos con un gran mural, más bien varios murales secuenciados con el mismo concepto: promocionar los productos, bienes y servicios que se ofertan en ese lugar de la gran metrópolis.

Al observarlo por casi una hora nos dimos cuenta que eran más que vallas publicitarias ilustradas con colores primarios y complementarios, que hacían de este trabajo un agradable conjunto de composiciones elaborados magistralmente por un profesional del acrílico y el pincel. Se trata de un trabajo recientemente realizado para la temporada, las famosas rebajas, en donde las imágenes hacen una llamada directa a comprar todo lo que será en pocos días moda fuera de temporada. ¿Por qué hemos llegado a esta conclusión?... Porque la gama cromática usada alude a los sentimientos que incitan a la pasión sexual, al deseo de consumir, a querer lucir bien para demostrarle a alguien que estamos a la moda. El rojo púrpura de los murales simboliza la alegría de la temporada y el deseo de estar activamente disfrutando las festividades, cuando ya están en su ocaso. Las imágenes parecen sencillas, pero no es así, están repletas de incitación a lo prohibido, al derroche, a la lascivia, y a satisfacer el deseo carnal consumiendo todas las ofertas del entono. Parecen exageradas mis percepciones, bastaría echar un vistazo profundo concentrándose en las imágenes para darnos cuenta que el muralista plasmó exactamente lo que empresario le pidió, pero a su modo de sentirlo. Los murales visten la metrópolis con el rojo apasionado que da calor a la frialdad de la soledad y el descuido de algunas áreas en las afueras. Madrid está a la merced de los caprichos de sus interventores que desahogan su perpetuo silencio emocional con grandes descargas de coloridos, expresando sus más pro-

fundos sentimientos en el torso de la ciudad, maquillan el brazo completo de la vida mayor, en algunos casos bajo el amparo edilicio de sus autoridades. Los murales en Madrid, más que un adorno, son la expresión intrínseca del ego manifestado por sus realizadores, que con su ingeniosa creatividad dicen los que les venga en ganas a quien sea, con las herramientas perfecta para dejar al espectador con la conformidad de su ignorancia.

El artista profesional o empírico que ofrece sus servicios a las religiones para adornar con gigantescos murales las paredes y techos de las iglesias de Madrid, ha dejado más que satisfechos a los líderes clericales, pues sus trabajos cumplen la multifunción de adornar y embellecer persuasivamente el poderío sublime de sus iconos sacrosantos. El propio muralista siente un gran regocijo al admirar su obra, porque está seguro que su trabajo, más que gustar, es símbolo de santidad comprometida con la fe de una de la más poderosa institución universal. Lugareños, turistas, críticos de arte y público en general quedarán anonadados con la exposición de sus suntuosa obras de arte.

Por su lado, el grafitero acecha al policía para delimitar su territorio con su desagradable tinta de partículas comprimidas que contaminan las áreas circundantes de Madrid, pero eso a él no le importa, lo único que quiere es hacerse notar; El grafitero está condenado al anonimato, sentenciado a la exclusión social, pues sus acciones subyacen entre la melancolía reprimida y la frustración enajenada por la falta de oportunidades. Se desahoga ensuciando el vestido de la ciudad con rúbricas ilegibles y haciendo composiciones pictóricas con matices exageradas, que es una crónica de su

vida y su auto retrato cual Vincent Van Gogh en la posteridad de sus locuras. El grafitero acumula una mezcla de ansiedad delincuencial con el heroísmo, influenciado por los post modernistas del arte, descargándolo en los rincones oscuros y desolados de Madrid, poco le interesa el orden establecido por la sala capitular, pues para él la única forma de enfrentar el sistema es rociándole plomo mezclado con pigmentos a los pechos de la ciudad. Sus acciones confluyen entre la ira, la inmadurez, el desasosiego, la ignorancia, la fantasía, la rebeldía, el heroísmo, el odio, la pasión, el trauma, la inmediatez, el deseo desmedido por expresar sus ideales, la solidaridad, el exceso de ocio, el hambre espiritual y estomacal, el rechazo, la exclusión, y la simpleza de sus metas.

Es evidente que, sin importar el grado de conciencia artística y social de los artistas madrileños, ellos están deseosos de un gran proyecto que les permita más oportunidades para sus realizaciones y que los incluya en las actividades oficiales y empresariales para competir en igualdad de condiciones como las que gozan los artistas escénicos de Madrid.

Desde las grandes creaciones artísticas de contenido religioso en techos y laterales de interior de las iglesias, las ilustraciones publicitarias como medio promocional pintadas en frente de las grandes tiendas madrileñas, la expresión planificada de los bohemios que sin importarle paga alguna pintan las paredes y espacios vacíos de instituciones públicas, a veces con la anuencia de las autoridades, pero en la mayoría de los casos inconsultamente hasta el voluminosos rocío de espray en callejones, parques, puertas y paredes privadas intervenidas por el molesto y ruidoso

graffiti, todos estos artistas en conjunto tienen ideales y formación cóncava. O aun con ideales símiles y yuxtapuestos, son los representantes de rama de la plástica madrileña que, en el caso de los temas religiosos lleva centenares de años exponiendo con el mural el dogma sacrosanto de la filosofía clerical, y en Madrid están más que representados por la abundancia y calidad que exhiben en sus creaciones. Los muralistas publicitarios están un poco ausentes con respecto a los anteriores, pues la técnica moderna de la impresión digital hace que los empresarios prefieran los gigantescos carteles por tener más bajos costos y la rapidez de su realización. En el caso de los muralistas que hemos definido como “Bohemios”, sus creaciones artísticas parecen estar diluyéndose en el espacio tiempo, ya no hay muchos materiales que se utilizan, pues en la mayoría de los casos tienen que autofinanciarse.

Vistos todos estos elementos y detalles pormenorizados en los murales expuestos que hemos identificado en Madrid, como primer objetivo a cumplir para la culminación de la investigación hemos concluido con la siguiente tesis: *“Las grandes creaciones pictóricas expuestas en Madrid son una viva expresión del talento creativo y del compromiso social asumido por sus realizadores, y que sin importar la temática o contenido visual y conceptual los murales que hemos identificado en Madrid poseen una gran calidad estética y artística”*.

“He ofendido a Dios y a la humanidad porque mi trabajo no tuvo la calidad que debía haber tenido” *Leonardo Da Vinci, 1452-1519. Pintor, escultor e inventor italiano.*

“La calidad nunca es un accidente; siempre es el resultado de un esfuerzo de la inteligencia.” *John Ruskin, 1819-1900. Crítico y escritor británico.*

4.2 El análisis semiológico y su estructura semiótica

La mayoría de los murales de Madrid tienen un significado más allá de su simple visibilidad, o más bien no entendible por el simple espectador o que su verdadero significado pasa desapercibido. Por ello en los anteriores capítulos hemos puesto al desnudo los enigmas ocultos de las composiciones insertados en forma y color que tienen y pudieran tener estas creaciones. Podemos concluir que el objetivo ha sido cumplido.

4.3 El lenguaje visual sus niveles

Las civilizaciones se comunican a través del primer elemento de la identidad cultural, el idioma, pero en un mismo idioma existen números, dialectos, niveles y tipos de lengua. En el arte también se dan estos parámetros, pues cada artista tiene su pincel que lo identifica y una técnica para estampar sus creaciones. En el muralismo Madrileño se pueden observar numerosas técnicas y variedad lingüística para comunicar a través de color e imagen, y más aun cuando se pretende utilizar la sicología para persuadir al espectador (como son los casos de los murales religiosos y algunos publicitarios). En todo el recorrido de la investigación y específicamente en el capítulo 2- 2.2, 2.5 analizamos detalladamente todo lo concerniente al multilinguaje de las imágenes en los murales de Madrid y Recursos persuasivos en el lenguaje gráfico de los murales, de su estética y temática social, respectivamente. Concluimos que este objetivo ha sido logrado.

4.4 El estudio de las imágenes

Al referirnos a la realización de un estudio profundo de las imágenes que componen los murales de Madrid para dar a conocer su significado oculto, estábamos seguros de que este era nuestro plato fuerte y que no bastaba con el deseo de descubrir ese significado visiblemente invisible, sino trasladarse al lugar en donde se exponen esos murales para tratar de conocerlos, conocer a su realizador y la opinión personal sobre su obra, e investigar lo que los teóricos como David Freedberg, Román Gubern y E. H. Gombrich nos cuentan sobre este tema. Con nuestro conocimiento mínimo en la materia, podemos dar por hecho que este objetivo ha sido analizado con nuestro mayor esfuerzo y que lo hemos profundizado en detalle.

4.5 Modus vivendi y formación de los muralistas

Damos por hecho que nos hemos aprendido sobre el estilo de vida, niveles culturales y económicos de los muralistas madrileños, pues nos hemos sentado con algunos de ellos a conversar de diversos tópicos, quienes nos han contado desde sus inicios en la plástica hasta sus triunfos y fracasos. Con otros sólo lo hemos contactado virtualmente, pero por las instituciones que representan podemos discernir en que su estilo de vida tiene cierto formalismo y que su compromiso social va más allá del arte. El caso de los Grafiteros es deducible saber como viven, a que se dedican y porque realizan estas tareas de ensuciar visualmente las calles de Madrid, pero no conforme con mi propia experiencia (En una etapa de mi adolescencia fui

grafitero en los barrios de Santo Domingo) y a pesar de que me fue un tanto difícil conocerlos por el hecho de que éstos desconfían hasta de su sombra para desvelar su identidad, charlé con varios de ellos y me contaron parte de su experiencia. Estábamos convencidos de que descubrir el *modus vivendi*, formación académica y estilo de vida de los muralistas que exponen sus trabajos en Madrid ayudaría a identificar sus propósitos y conocer las intenciones de sus expositores para exhibir este arte, no fue tarea fácil pero cumplimos nuestro objetivo.

4.6 La percepción del espectador

A menos que sea un mural muy llamativo o recientemente realizado, la mayoría de los espectadores son indiferentes ante estos trabajos artísticos, pues como ya mencionamos en capítulos anteriores los murales se convierten en paisajismos publicitarios que sólo motivan al espectador en su etapa de nacimiento, salvo el caso de los turistas que se hacen fotografías posando con ellos, y muy particularmente los feligreses católicos que se aferran a las imágenes sacrosanta devotamente a suplicarles milagros. Este objetivo tampoco fue tarea fácil, pues la gente en la calle lleva prisa o está ocupada en otros menesteres, por lo que algunos de los encuestados con la pregunta: ¿Qué le parece a usted este mural? Simplemente respondían: no sé, no me interesa, pregúntale a otro tengo prisa, son vagos los que lo pintan. Más si obtuvimos respuestas de personas amantes de la plástica, aunque sólo en muy poco casos nos daban una respuesta coherente. Pero al final, después de varios días en las calles obtuvimos los comentarios y opiniones acertadas, por lo que el objetivo de analizar el modo en que el espectador percibe los murales expuestos en Madrid para conocer sus opiniones sobre estos trabajos ha sido completado.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS Y RECURSOS ELECTRÓNICOS

- 1- Barthes, Roland. *El imperio de los signos*. Édition d Art Albert Skira S.A. Ginebra, 1970.
- 2- Calabrese, Omar. *El Lenguaje del Arte*. Paidós, Barcelona, 1985.
- 3- Duvignaud, Jean. *Sociología del Arte*. Península, Barcelona, 1988.
- 4- De Azúa, Félix. *Diccionario de la Artes*. Anagrama, 2002.
- 5- Arnheim, Rudolf. *El Pensamiento Visual*. Paidós, Barcelona, 1986.
- 6- Vargas Delgado, José de Jesús. *Análisis de la comunicación Publicitaria Gráfica*. Visión Libros, Madrid, 2012.
- 7- Freedberg, David. *El Poder de las Imágenes*. Cátedra, Universidad de Chicago, EE. UU. 1989.
- 8- Gombrich, E.H. *Los usos de las Imágenes: Estudio sobre la función social del arte y la comunicación visual*. Debate, Barcelona, 2003
- 9- Gubern, Román. *Patologías de la Imagen*. Anagrama, Barcelona, 2004.
- 10- Osborne, Peter. *El Arte más allá de la Estética: Ensayos filosóficos sobre arte contemporáneo*. Cendeac, Murcia, España, 2010.
- 11- Peltzer, Gonzalo. *Periodismo Iconográfico*. Rialp, Madrid,
- 12- Diseño y Comunicación Visual: Contribución a una Metodología Didáctica / Bruno Munari.
- 13- Charlot, Jean. *El renacimiento del Muralismo mexicano*.
- 14- Fernández, Jorge/Crispi, Irene. *Léxico técnico de la Artes Plásticas*.

15- Kandinsky, Wassily. *La nave de los locos*.

16- Eco, Humberto. *Tratado de Semiótica General*.

Recursos Electrónicos

1-A través del graffiti: de la pared a los libros / Liburutegi eta Dokumentazio Saila / Departamento de Biblioteca y Documentación.

<http://www.artium.org/Portals/0/Exposiciones/Documentos/eaf92f51-c6cc-473c-b046-552cb6c2ba4c.pdf>

2- Manifiestos del surrealismo / Andrés Bretón.
<http://lenguajecinematografico.files.wordpress.com/2013/10/andre-breton-manifiesto-surrealista.pdf>

4- Color y experiencia, lenguaje y arte / ANA IRIBAS RUDÍN / Dpto. de Pintura, Fac. de Bellas Artes, UCM.
http://www.arteinindividuoy sociedad.es/articles/N19/Ana_Iribas.pdf

5- Por una Psicosociología de la Alimentación / Roland Barthes.
<http://e-spacio.uned.es/fez/eserv.php?pid=bibliuned:Empiria-2006-4A64A033-8993-2131-AB5F-E78CEBE713A2&dsID=Documento.pdf>

6- El Color del Lenguaje El Lenguaje del Color / Javier Cabo Villaverde/ Universidad de Santiago de Compostela.
https://dspace.usc.es/bitstream/10347/672/1/pg_365-382_adaxe17.pdf

7- EL LENGUAJE ARTÍSTICO, LA EDUCACIÓN Y LA CREACIÓN / Nora Ros / Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires, Argentina.
<http://www.rieoei.org/deloslectores/677Ros107.PDF>

8- Estructuralismo y semiología del arte. / F. de Saussure y Ch. S. Pierce.
http://ocw.uma.es/humanidades/teoria-del-arte/material-de-clase/1/presentaciones-harte/ocw_presentacio_n_tema_12.pdf

9-Introducción general a los estudios iconográficos y su metodología / María Isabel Rodríguez López.

<http://pendientedemigracion.ucm.es/centros/cont/descargas/documento4795.pdf>

10- LA AVENTURA DEL MURALISMO / Ivannia Vargas.

http://www.fundecor.org/sites/default/files/aventura_muralismo.pdf

11- La Pintura mural al Fresco/ Domiciano Fernández Barrientos - Eduardo Zamarro Flores.

<http://www.tecri.it/madrid/pintura%20mural/la%20pintura%20mural%20al%20fresco.pdf>

12- LA SEMIOLOGIA / Pierre Guiraud.

<http://docencia.udea.edu.co/edufisica/motricidadycontextos/lasemiologia.pdf>

13- Los colores y su Lenguaje.

<http://www.filosoficas.unam.mx/~tomasini/ENSAYOS/Colores.pdf>

14- Murales y graffiti: expresiones simbólicas de la lucha de clases / Luís Alberto Vivero Arriagada.

http://repositoriodigital.uct.cl:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/958/MURALES_VIVERO_2012.pdf?sequence=1

15- HACIA LA PSICOLOGÍA DEL ARTE / Gisèle Marty.

<http://www.psicothema.com/pdf/75.pdf>

16- Introducción a la semiótica de la imagen / Tanius Karam.

http://portalcomunicacio.org/uploads/pdf/23_esp.pdf

17- La semiología gráfica: análisis de la imagen / Natalia González Zaragoza.

http://www.eduinnova.es/feb2010/SEMIOLOGIA_GRAFICA.pdf

18- Teoría del Color / Netdisseny.

<http://repositat.cuaed.unam.mx:8080/jspui/bitstream/123456789/1901/1/teoria-del-color.pdf>

ANEXOS

1.9- Murales Religiosos.....	119
1.10- Murales de Contenido Social.....	124
1.11- Murales Publicitarios.....	127
1.12- Murales Infantiles.....	130
1.13- Murales Decorativos.....	133
1.14- Murales Antiguos.....	135
1.15- Otros Murales.....	137
1.16- Grafitis.....	139

MURALES RELIGIOSOS EN MADRID

Virgen de los Reyes Católicos, anónimo hispano flamenco/Museo del Prado.



Mural en Catedral de la Almudena



Mural Pintura Flamenca en el Museo del Prado



Conquista de México/Recibimiento de Moctezuma/Museo de América



La Anunciación/El Greco/Museo Thyssen-Bornemisza



MURALES DE CONTENIDO SOCIAL EN MADRID



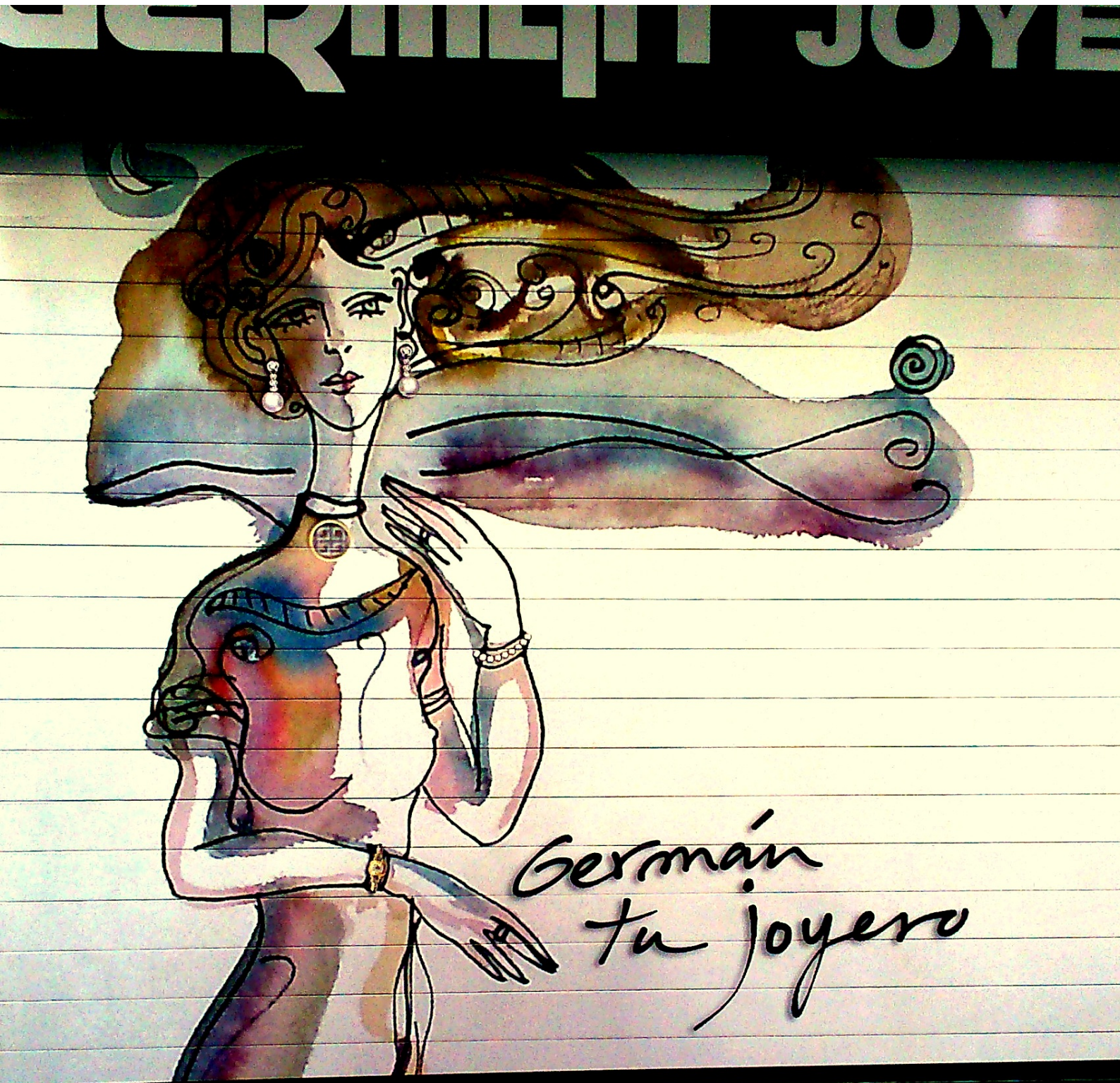




MURALES PUBLICITARIOS EN MADRID



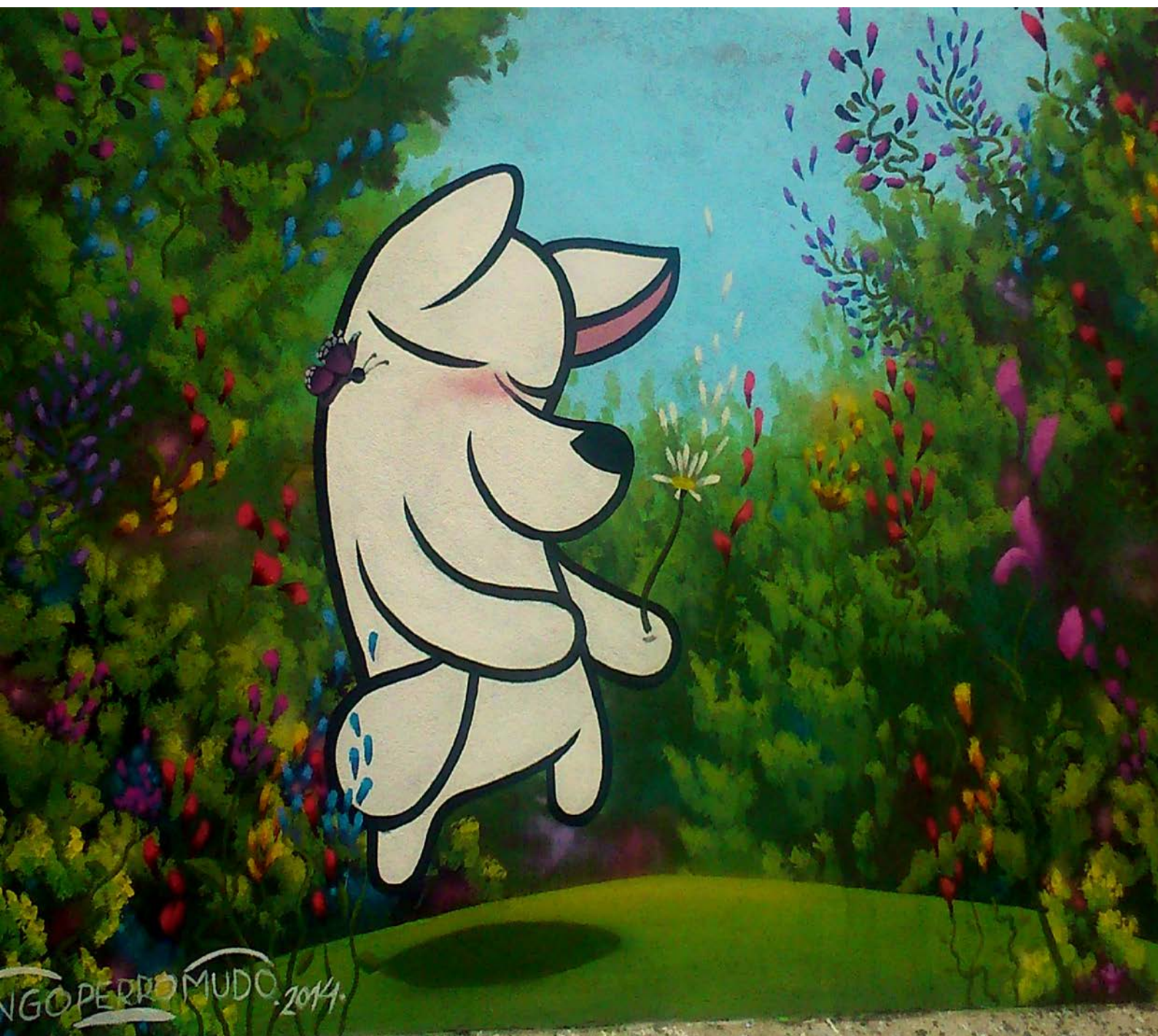




MURALES INFANTILES EN MADRID







MURALES DECORATIVOS EN MADRID





MURALES ANTIGUOS

Pintura Mural Egipcia



Pintura Mural Antigua 1-A, Altamira España — 1-B Pintura Mural Romana, Roma



OTROS MURALES EN MADRID

Meseo Ceralbo

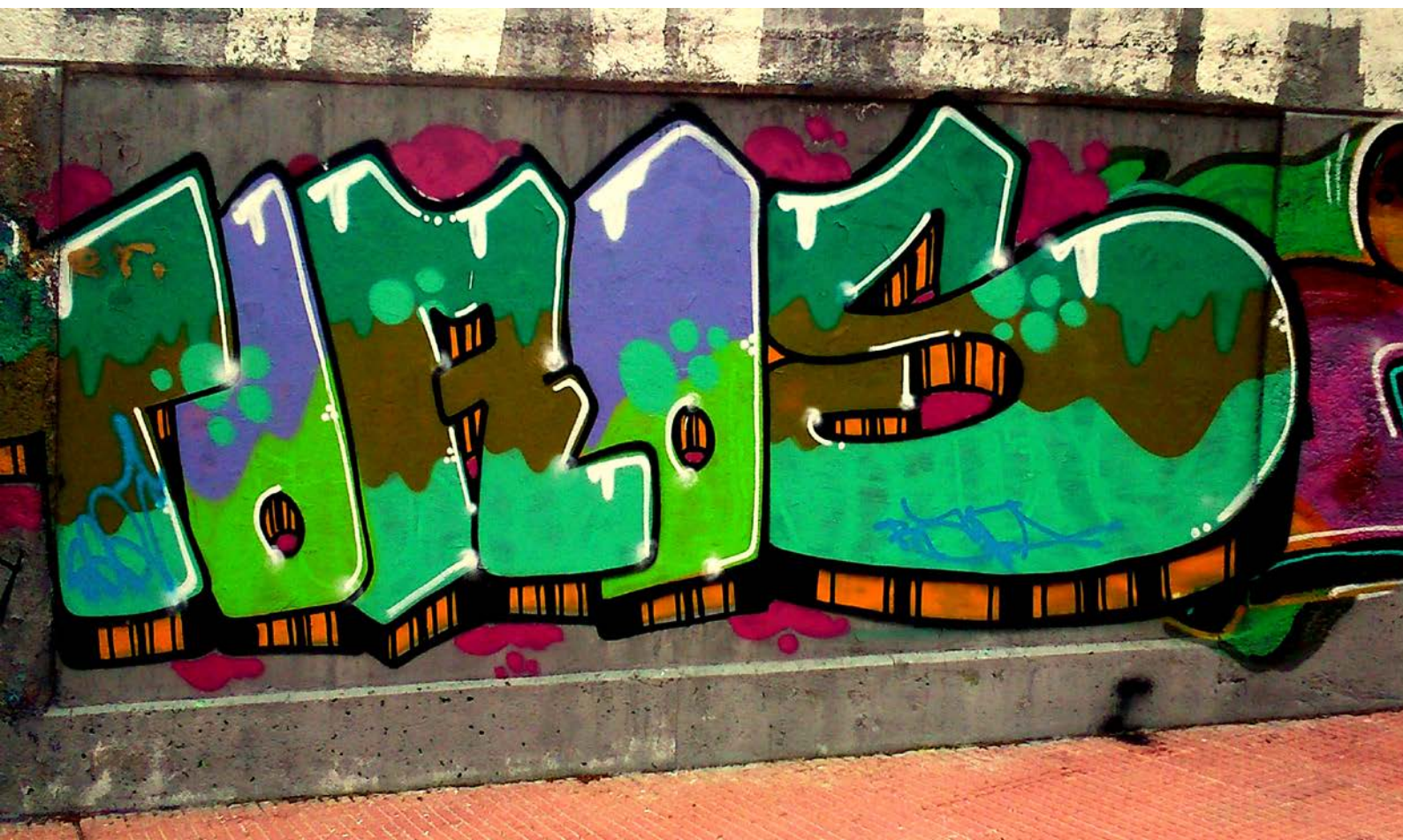


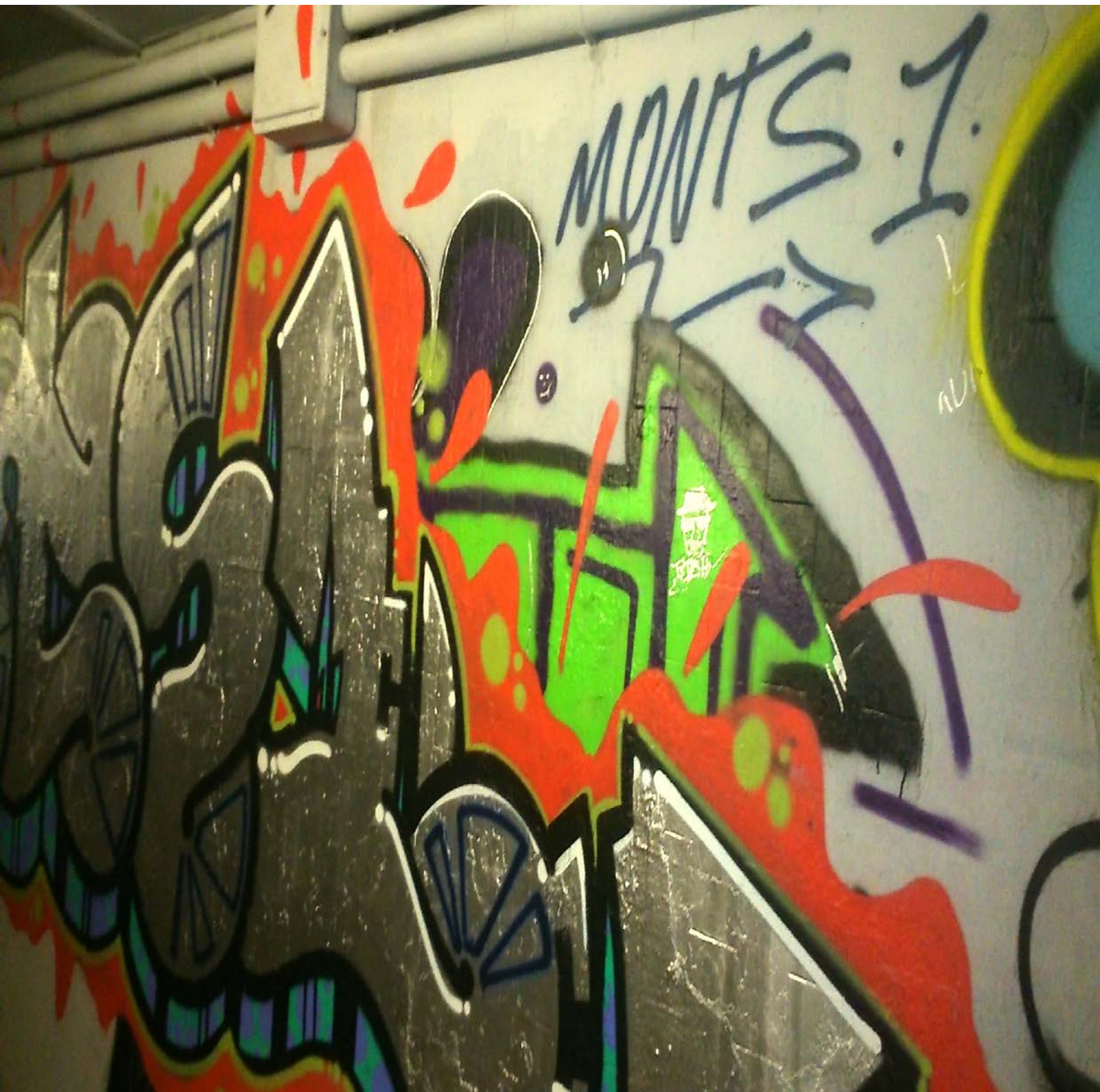
Meseo Ceralbo



GRAFITIS EN MADRID







Os agradezco a todos por consultar mi trabajo; he aquí una de mis pinturas



Markoflorentino/Título:Insatisfecha
Técnica:Óleo/Precio:.....